

**SOUND IMPULSE: LA NUEVA ALTERNATIVA DE PROMOCIÓN  
MUSICAL PARA LAS AGRUPACIONES DE SKA Y REGGAE EN  
BOGOTÁ.**

**LAURA ISABEL GUTIÉRREZ GARCÍA  
ANDRÉS EUGENIO PULIDO PESCADOR  
ANDREA VIVIANA TOLEDO OROZCO  
CLARA DEL PILAR TORRES GORDILLO**

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
BOGOTÁ D.C, 2013**

**“Sound Impulse: la nueva alternativa de promoción musical para las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.”**

**Proyecto de grado  
Presentado a  
Facultad de Ciencias Humanas  
Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario**

**Presentado por:  
Laura Isabel Gutiérrez García  
Andrés Eugenio Pulido Pescador  
Andrea Viviana Toledo Orozco  
Clara Del Pilar Torres Gordillo**

**Tutor:  
Profesor Raúl Niño Bernal**

**Semestre II, 2013**

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	4
INTRODUCCIÓN .....	5
1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	7
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
2.1. Diagnóstico del problema.....	8
2.2. Estado del arte del problema .....	10
3. JUSTIFICACIÓN.....	16
4. OBJETIVOS .....	18
4.1. Objetivo general .....	18
4.2. Objetivos específicos.....	18
5. MARCO TEORICO .....	19
5.1. El ska y el reggae, implicaciones socio culturales y artísticas.....	19
5.2. El ska y el reggae y las políticas públicas:.....	21
5.3. Articulación del reggae y el ska a la política cultural colombiana.....	22
6. MARCOS DE REFERENCIA .....	23
6.1. Marco histórico.....	23
6.2. Marco conceptual.....	27
7. METODOLOGÍA.....	30
8. MODELO DE GESTIÓN.....	32
8.1. Estrategia de comunicaciones y tecnológica:.....	33
8.2. Estrategia política: .....	35
8.3. Estrategia financiera.....	38
9. ACTIVIDADES – METAS E INDICADORES .....	39
10. CRONOGRAMA .....	41
11. PRESUPUESTOS.....	42
11.1. Presupuesto de Inversión .....	42
11.2. Presupuesto de Gastos .....	43
11.3. Presupuesto de Ingresos .....	45
12. BIBLIOGRAFÍA .....	47
13. ANEXOS.....	49

## TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Circulación conciertos .....	133
Gráfico 2 Circulación Internacional 1.....	144
Gráfico 3 Circulación Internacional 2.....	144
Gráfico 4 Participación distrial 1.....	155
Gráfico 5 Participación distrial 2.....	155
Gráfico 6 Convocatorias.....	155

## TABLA DE ANEXOS

ANEXO 1 Árbol de Problema .....	5050
ANEXO 2: Marco Jurídico .....	51
ANEXO 3: Entrevista Semiestructurada .....	544
ANEXO 4: Encuesta .....	600
ANEXO 5: DOFA.....	63
ANEXO 6 :Oferta de Productos. ....	655
ANEXO 7: Esquema Estrategia de comunicación.....	666
ANEXO 8: Flujo de caja Gastos.....	677
ANEXO 9: Flujo de caja Ingresos .....	688

## RESUMEN EJECUTIVO

<b>TITULO:</b>	Sound Impulse: la nueva alternativa de promoción musical para las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.
<b>INTEGRANTES:</b>	Laura Isabel Gutiérrez García Andrés Eugenio Pulido Pescador Andrea Viviana Toledo Orozco Clara Del Pilar Torres Gordillo
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:</b>	De acuerdo a la necesidad de gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, este proyecto elaborará un modelo de promoción musical que trabajará con base en asesorías en torno a los procesos de participación, financiación y circulación, para favorecer la visibilidad, promoción y reconocimiento de las agrupaciones en la escena distrital, nacional e internacional.
<b>OBJETIVO GENERAL:</b>	Diseñar un modelo de promoción musical que fortalezca las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.
<b>METODOLOGÍA:</b>	Metodología holística.
<b>POBLACIÓN BENEFICIARIA:</b>	Agrupaciones musicales y público de los géneros ska y reggae en la ciudad de Bogotá.
<b>VALOR:</b>	\$ 20.424.489
<b>CONTEXTO UBICACIÓN GEOGRÁFICA:</b>	Bogotá. \$ 20,424,489
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN:</b>	1 Año

## INTRODUCCIÓN

SOUND IMPULSE es un modelo de promoción musical creado para fortalecer la gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, que trabajará con base en asesorías de acuerdo a las necesidades específicas detectadas en cada una y que giran en torno a tres procesos específicos, participación, financiación y circulación, para favorecer su visibilidad, promoción y reconocimiento en la escena distrital, nacional e internacional.

Este modelo de promoción musical nace según un estudio realizado sobre la situación de la música en Bogotá, detectando necesidades puntuales en los géneros del ska y reggae, los cuales representan una oportunidad de emerger, pero que no cumplen con las expectativas y requerimientos de la industria musical capitalina.

De esta forma, Sound Impulse, concibiendo la música como un arte, como una de las formas fundamentales de la expresión humana y como tal, un elemento esencial de la cultura local, regional, nacional e internacional, desarrolla un proyecto que cree y recupera la importancia de la música en un contexto específico, el de las agrupaciones de ska y reggae concebidas o con desarrollo de sus proyectos en esta ciudad con el fin de fortalecer su gestión.

Este contexto musical local en el que las agrupaciones de ska y reggae se desenvuelven y que será descrito a lo largo de este proyecto, está inmerso en diferentes dinámicas socioculturales, económicas y artísticas, aún más, en un mundo en que las dinámicas mercantiles, culturales y desarrollistas comprenden un alto grado de complejidad, situación que ha ocasionado que los retos que afrontan actualmente los músicos de Bogotá sean bastante diversos, consistentes en una falta de participación, circulación y financiación, donde gestionar y promocionar sus productos musicales implica participar en los espacios distritales, poder incurrir efectivamente en el mercado musical a través de la correcta adjudicación de fuentes de financiación, emprender un camino a la circulación internacional y saber navegar en las redes culturales. Estos son algunos de los desafíos a

los que se enfrentan las agrupaciones objetivo y de los que este proyecto se ocupa.

Los géneros ska y reggae son los beneficiarios directos de este modelo de promoción, pues éstos mueven pasiones, enriquecidos por un gran capital cultural y simbólico, que con un protagonismo incipiente pero prometedor, permean el cuerpo y la mente de quienes están inmersos en esta cultura. Estos géneros musicales tendrán en Sound Impulse una gran oportunidad para fortalecerse.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

SOUND IMPULSE pretende fortalecer la gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, mediante la elaboración de un modelo de promoción que girará en torno a tres líneas base: financiación, participación y circulación. Esto con el fin de dar reconocimiento y posicionamiento a estos géneros a nivel distrital, nacional e internacional.

Para ello se diseña un esquema de acompañamiento personalizado para los músicos, que tenga como resultado el acceso eficiente a espacios de participación públicos y privados, a fuentes de financiación de diferente naturaleza, y plataformas de circulación de sus productos musicales. Se trata entonces, de impulsar la escena musical de estos géneros, posibilitando el acceso y consecuente reconocimiento artístico, contribuyendo de esta forma a la creación de capital económico y social, para mejorar su calidad de vida y sus productos.

En primera instancia, este proyecto desarrolla un diagnóstico que identifica las diferentes variables de los componentes de financiación, participación y circulación del ska y el reggae en Bogotá, partiendo de la clasificación de los diferentes actores que conforman la escena musical como: proyectos unipersonales o grupales, que pueden ser bandas o Sound system, público, productores, managers, casas disqueras, festivales y bares.

Con dicho diagnóstico se conoce el sector, se aprenden sus dinámicas y se reconocen las debilidades más recurrentes frente a la gestión de estas agrupaciones, para así convertirlas en potencialidades y plantear un modelo de promoción, que mediante asesorías personalizadas, atenderá la demanda y los nuevos retos a los que estos géneros se enfrentan día a día en una ciudad como Bogotá, en donde existe todo un andamiaje cultural que ofrece gran variedad de posibilidades de acción y desarrollo artístico.

Frente a la necesidad de gestión y promoción de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá en términos de financiación, participación, circulación de sus productos, Sound Impulse diseña una serie de estrategias con las cuales contribuirá a su reconocimiento y posicionamiento en la escena distrital, nacional e internacional.

Las consultorías pretenden acompañar a los artistas en un proceso completo que favorece la gestión de una idea y exhibición de la misma, al reconocer sus fortalezas y potencializarlas, teniendo en cuenta la importancia de todos los actores involucrados, dándoles la posibilidad de acceder a redes de circulación, al mercado global y favoreciendo su proyección internacional y lo más importante, a mejorar su calidad de vida.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El problema cultural que se plantea es: *Los grupos de ska y reggae en Bogotá tienen bajos niveles de gestión en su producción musical y participación en los espacios culturales de la ciudad.*

Para establecer este problema inicialmente se analizó un conjunto de factores incluyendo algunas posibles causas y consecuencias del problema que aparecen constatados en el árbol de problemas. (Ver anexo 1)

### **2.1. Diagnóstico del problema**

El ska y el reggae son dos de los géneros en Colombia que además de ser ritmos musicales se manifiestan en otros campos como los políticos y sociales. Son tendencias urbanas que generan actividad a su alrededor como conciertos, fiestas y/o festivales que involucran otros tipos de expresiones artísticas y estilos de vida. Están involucrados en la concepción de nuevas tribus urbanas, lo que los alimenta socialmente y les brinda relevancia para ser tenidos en cuenta dentro de la escena cultural capitalina.

Su naturaleza originada en la cultura caribeña con influencias de todo el mundo, permite que sus ritmos sean de proyección internacional, puesto que logran fusiones musicales interesantes que no se encasillan en un solo camino. Los músicos y gestores de estos géneros tienden a ser muy propositivos y auto gestionables en pro de la convivencia social. Están en búsqueda de conexiones con otros modos de ver la vida, personas afines a su estilo de vida e intereses artísticos.

Aunque el ska y el reggae son ritmos afines, en este momento en Bogotá sus espacios y

públicos no coinciden permanentemente. La escena reggae se caracteriza por tener un público y espacios de difusión más amplios, esto teniendo en cuenta la tranquilidad de sus ritmos que atraen cada vez más adeptos en la ciudad. Actualmente existen más grupos que interpretan este género y, en general, con mayor calidad, pues la mayoría de los que hacen ska tradicional se mantienen en espacios underground, sin difusión de sus conciertos y/o eventos, llevándolos a la total informalidad y con pocas posibilidades de circulación y gestión.

El ska tuvo mayor difusión en la década de los 90, pero se ha visto afectado por la estigmatización de la escena violenta que se daba en la época, por lo cual las agrupaciones que aún siguen vigentes, tienden fusionar el ska con otros ritmos que logren dar dinamismo a la música y que captan nuevos públicos.

Los espacios que brindaba el distrito para la circulación de las bandas pertenecientes a este género, han desaparecido, se mantienen abiertas las puertas en 'Rock al Parque', pero se siente un vacío y se reclama un lugar propio, por lo cual la principal circulación se hace a través de la gestión de las propias agrupaciones y la empresa privada.

Por otro lado, existen diferentes aspectos que se hacen transversales para los géneros ska y reggae, como son los temas relacionados con el financiamiento y la participación en la consecución de estímulos distritales.

Igualmente, a nivel de producción discográfica, las bandas tardan mucho tiempo en lograr sacar su producto al mercado. Se habla de un promedio de tres años entre un disco y otro, y las distribuciones se quedan limitadas en algunas tiendas independientes y venta directa en los sitios donde hacen conciertos, lo cual no hace rentable la producción de discos.

Esto ha llevado a que la nueva generación de bandas, se basen en las descargas on line para dar a conocer sus trabajos musicales y generar rotación entre el público. Sin embargo, no hay que desconocer que el disco físico es uno de los fines máximos de las agrupaciones, lo que las lleva a quedarse con sus seguidores a través del tiempo.

Los conciertos en bares, fiestas y festivales de organización privada son las formas de circulación que se manejan principalmente. Toda esta labor de consecución de

presentaciones la trabajan de manera autogestionada, siendo generalmente uno de los integrantes del grupo el encargado de esta tarea llamada 'booking'. Afirman algunos de los integrantes de estas bandas que esta "es una dura labor pues en el mercado nacional las condiciones de pago no son las esperadas, dejando pocas ganancias y poniendo a los músicos en el aprieto de manejar una balanza desequilibrada entre tocar mucho y ganar poco"<sup>2</sup>. A partir de esto, nace la necesidad de acceder a espacios como 'Rock al Parque', puesto que es prácticamente la única plataforma de circulación importante para sus hojas de vida artísticas.

El hecho que los integrantes de las bandas no logren sostenerse financieramente, hace que poco a poco den prioridad a otros oficios para subsistir, y así se ve deserción en el ejercicio musical en el peor de los casos. Además, el desconocimiento sobre los apoyos financieros que otorga el Distrito para la circulación internacional, e incluso de la mayoría de los estímulos existentes, hace que las agrupaciones tengan baja participación en dichas convocatorias.

Sin embargo, el internet y las redes sociales, les permiten a las agrupaciones mostrarse y tener interrelaciones con músicos de otras latitudes sin salir del país, por medio de colaboraciones On line que les permiten cautivar a nuevos seguidores e incluso hacer intercambios musicales para lograr participaciones en compilados internacionales, todo esto con inversiones mínimas, teniendo en cuenta que salir del país genera costos que les lleva a las bandas periodos largos de ahorro para lograrlo, pero que resulta un inconveniente a la hora de conocer nuevas escenas y de exportar sus productos realizando conciertos en el exterior, por ejemplo.

## **2.2. Estado del arte del problema**

Para analizar el problema de los bajos niveles de gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, en lo concerniente a las líneas base de este modelo (participación, financiación y circulación), es preciso describir y enfocar el espacio cultural y público – privado en el que la escena musical se encuentra.

Como primera medida, es importante señalar que el entorno musical local cuenta con un

gran crecimiento económico, lo cual se traduce en una gran posibilidad de oferta para quienes emprenden proyectos musicales en Bogotá.

Tenemos entonces, que el Distrito se distingue como un actor adecuado para el desarrollo de los proyectos de los músicos, ya que desde la implementación de los festivales al parque y otras políticas públicas culturales encaminadas al fomento, creación, circulación, participación y apropiación del quehacer de la música, Bogotá se ha ido posicionando artísticamente al punto en que en la actualidad, ha sido declarada como miembro de la Red de Ciudades Creativas de la Música de la UNESCO.

Esta designación otorgada en marzo de 2012, permite compartir conocimientos, saberes, experiencias, habilidades directivas y tecnológicas con otras ciudades que hacen parte de esta red. Así mismo, reforzar capacidades a nivel local, hacer de la creatividad un elemento esencial del desarrollo económico y social, promover la diversidad de los productos culturales en el mercado nacional e internacional y consolidar su valor cultural.

Sin embargo, el apoyo a la industria musical local que se dio con este nombramiento, no fue la única acción por parte de las autoridades distritales. De acuerdo con el Plan de Desarrollo Bogotá 2012-2016, el Distrito apoyará el fortalecimiento y apropiación de la oferta musical en la ciudad a través de 10 redes musicales en la capital y la extensión en formación musical en cien colegios públicos del Distrito. "El arte, la cultura y el deporte son espacio para revitalizar a la ciudad"<sup>1</sup>, afirmó la secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, Clarisa Ruiz Correal, al exponer al Concejo de Bogotá las propuestas del sector cultural escritas en dicho Plan, lo cual constituye un gran impulso para la industria desde el sector público.

Así mismo, entre los indicadores que revelan el crecimiento de la industria musical en el Distrito, se puede mencionar que existen alrededor de 40 empresas que rentan equipos especializados para el sonido de conciertos y un centenar que los facilitan para conciertos medianos. Bogotá cuenta con 348 escenarios musicales distribuidos en 19 de sus 20 localidades, el 64% de ellos están en la Candelaria, Teusaquillo, Santa Fe y Chapinero (centro de la ciudad).

---

<sup>1</sup> Ver web <http://www.bogotahumana.gov.co/index.php/asi-va-el-plan-de-desarrollo> Consultada el 20 de septiembre de 2013

Por otro lado, frente a las salas de producción fonográfica, en 1990 existían no más de 20 estudios, mientras que en la actualidad hay 69 espacios profesionales y semiprofesionales reconocidos, esto sin contar los múltiples estudios pequeños que también surten la demanda local.

Como parte de las políticas de apoyos y estímulos la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD), por medio del Instituto de las Artes – IDARTES, se convocó en 2011 a 19 becas en distintas áreas y la Orquesta Filarmónica de Bogotá, entidad adscrita a la SCRD, llamó a participar en cinco concursos especializados. La inversión en 2012 para música, según el Plan de Desarrollo Bogotá Humana 2012-1016, fue de 175.081 millones de pesos en proyectos de formación y fomento.

En cuanto a la educación en la ciudad, 11 universidades ofrecen estudios en pregrado y posgrado relacionados con la música, con énfasis en aspectos como enseñanza, interpretación, dirección musical y coral, composición y producción. Otras siete instituciones ofrecen educación no formal. Además 24 entidades educativas públicas y privadas ofrecen actividades musicales para niñas, niños y jóvenes. En 2010 el programa Batuta ofrecía actividades a 4.400 jóvenes, en 25 centros orquestales ubicados en 13 localidades.

Las cifras distritales muestran la convivencia de diferentes géneros musicales en la ciudad, desde la música clásica hasta el rock. Por ejemplo, en 2008 el 20,67% de los conciertos ofrecidos fueron de música clásica y el 15,81% de rock. Le siguieron la salsa, la electrónica y la música colombiana tradicional, que comparten el 8%. Frente a los conciertos privados, las cifras revelan que se mantiene un promedio alto de ocupación en sus escenarios, entre 2005 y 2010 el promedio de ocupación de los lugares para la música varió de un 51% y 62%.

En este contexto, se plantea la necesidad de determinar cuáles han sido las características y alcances de la gestión de las agrupaciones de ska y reggae, en las localidades de Candelaria, Teusaquillo, y Chapinero de Bogotá entre el 2009 y el 2012, lo anterior, teniendo en cuenta el gran auge que este género ha tenido desde el inicio de la década de los 90 y su consolidación en la escena musical bogotana.

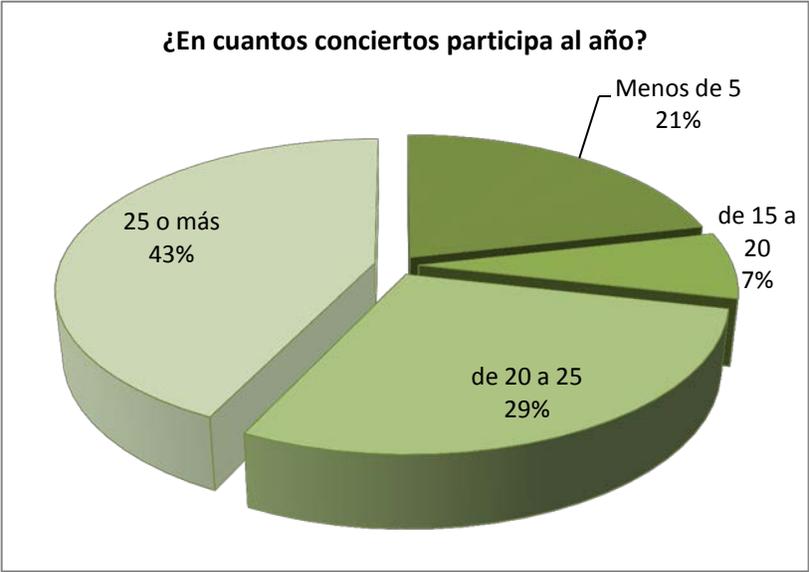
Esto permite establecer los parámetros necesarios para que estas agrupaciones planteen proyectos económicamente sostenibles, con participación en los espacios distritales de concertación y posicionamiento en los escenarios de circulación local, nacional e internacional.

Los resultados del diagnóstico del problema, arrojan que las agrupaciones de los géneros objetivo, en promedio están conformadas por cuatro integrantes (baterista, guitarrista, bajista y cantante). En ocasiones hacen invitaciones a percusionistas e intérpretes de instrumentos como trompetas, trombones y saxofones, especialmente para las grabaciones y/o conciertos especiales.

Estos músicos, indiferentemente de ser profesionales o empíricos, en la mayoría de los casos manejan actividades económicas alternas a su participación en las agrupaciones.

Frente a la circulación de las agrupaciones, el diagnóstico arroja que la principal actividad para la rotación nacional son los conciertos. Este mismo espacio es reconocido por ellos como la principal fuente de ingresos puesto que mensualmente realizan en promedio dos.

**Gráfico 1: Participación**



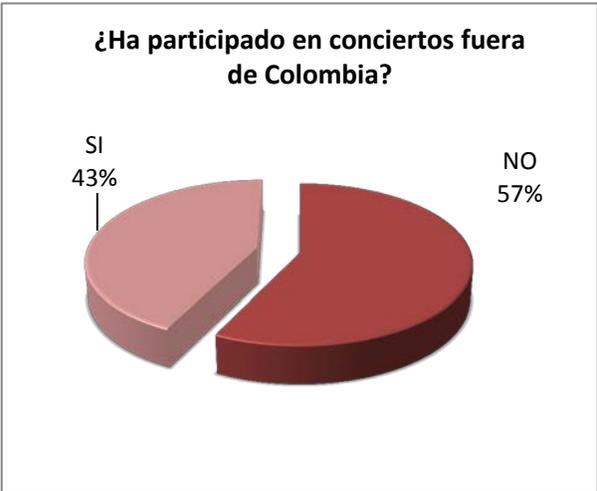
Fuente: ANEXO 4: Encuesta

Por otro lado, el internet y las redes sociales le permiten visibilizarse y tener contacto con músicos de otras latitudes sin salir del país. Las condiciones financieras de las

agrupaciones les impiden moverse fuera del terreno local, lo cual no significa que no quieran hacerlo, pero no logran gestionarse de manera efectiva para ello ya que no conocen desde los mecanismos para participar en festivales internacionales o las fuentes de financiación disponibles para ello.

Cuando las agrupaciones consiguen salir, los países que recorren principalmente son México, Venezuela, Chile y Argentina. Estados Unidos y Europa son lugares de gran atracción pero de difícil acceso.

**Gráfico 2**



Fuente: ANEXO 4: Encuesta

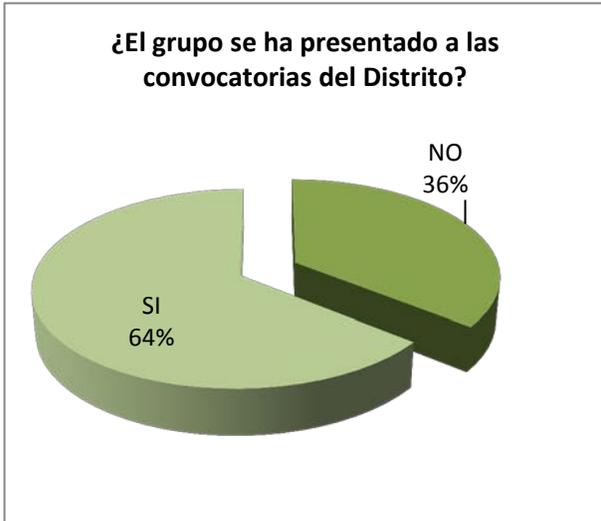
**Gráfico 3**



Fuente: ANEXO 4: Encuesta

En lo relativo a la participación, para las agrupaciones sigue siendo primordial darse a conocer y circular en 'Rock al Parque', pues es reconocido como la mayor plataforma de musical del país.

**Gráfico 4**



Fuente: ANEXO 4: Encuesta

**Gráfico 5**



Fuente: ANEXO 4: Encuesta

Los resultados que arrojan las encuestas reflejan que para las agrupaciones existe desconocimiento sobre los estímulos financieros que otorga el Distrito para otro tipo de actividades de crecimiento profesional, de ahí la baja participación en convocatorias diferentes a las que están ligadas a conciertos en la ciudad, añadiendo además, que la presentación en las convocatorias no implica su acceso en estos espacios.

**Gráfico 6**



Fuente: ANEXO 4: Encuesta

### 3. JUSTIFICACIÓN

#### ¿Por qué un proyecto sobre la música?

Actualmente, la escena musical se sitúa en un espacio cultural público – privado, en el que, como primera medida, el Estado a través de políticas públicas juega un papel fundamental como promotor y garante de los derechos culturales de la ciudadanía. La música se reconoce entonces, como una práctica artística propia de la vida cultural del Distrito Capital, en donde aparecen inmersos todos los elementos involucrados en la idea de capital social<sup>2</sup>, como la confianza, el reconocimiento, la asociatividad y la productividad entre otras, propiciando protagonismo en el quehacer político de la administración de turno consolidando su posición en el ámbito cultural local.

Así mismo, el reconocimiento del poder socioeconómico y cultural de la música, va de la mano de las nuevas representaciones y concepciones del arte, y de la música como elemento generador de identidad y pertenencia. Este proceso productivo y social de la música empieza a tener preponderancia por su capacidad como identificador y canalizador de un sin número de recursos políticos, económicos y sociales.

Sin embargo, el ámbito musical no puede ser entendido solamente como un conjunto de prácticas artísticas y culturales que se conjugan en la creación de éste, sino en términos económicos, como una gran cantidad de manifestaciones productivas y dinámicas comerciales.

Para la caracterización que realizó el Convenio Andrés Bello junto al Ministerio de Cultura, el sector fonográfico donde se incluye la escena musical “cubre una amplia gama de actividades que incluyen la producción y la distribución de grabaciones de sonido y de portadores de sonido (discos, cintas, CD y MP3), las actuaciones en vivo, los servicios profesionales y técnicos, la edición de música, la administración de los derechos de autor y de los derechos relacionados y también las transmisiones musicales.”

Así bien, la música también se puede entender como un bien cultural capaz de generar rentabilidad, siendo susceptible de oferta y demanda como un producto tangible. Por otro

---

<sup>2</sup> El capital social entendido como un activo intangible que se manifiesta en la capacidad de confianza, valores cívicos y asociatividad que pueda lograr la sociedad. (Klisberg, 1999)

lado, y no menos importante, la música es comercializable frente a los derechos de autor, puesto que es una forma de expresión que conlleva a obtener una propiedad intelectual y, por lo tanto, su uso está subordinado al pago de derechos de reproducción y difusión.

A estas formas de mercantilización hay que añadir otras que se derivan de la música, como la comercialización de los instrumentos, de los productos ligados al reconocimiento de las agrupaciones y de los bienes de reproducción, como los equipos de audio y de alta fidelidad.

Si bien se expone a la música como un producto susceptible de comercialización, indudablemente también se le debe considerar en un escenario social como una forma de capital cultural, es decir, como un medio de almacenamiento y transmisión de valores culturales. En este sentido, el conjunto del repertorio musical de una comunidad, de un grupo, nación, o de toda la humanidad, aparece como un elemento fundamental del patrimonio cultural, que se transmite de generación en generación (Thosby, 1999).

La música desde su dimensión tangible e intangible aporta indiscutiblemente a la idea de desarrollo socioeconómico para cualquier sociedad en el ámbito público y político. Sobre el público, supone un proceso transversal de progreso y avance, en el que se hace necesaria la aparición de instituciones que organicen el conglomerado de actividades creadas con el fin de facilitarle la vida al ciudadano. Y sobre el político, en la medida en que estas instituciones se rigen bajo la autoridad del gobierno.

En otras palabras, la música debe tener un espacio de participación que debe ser aprovechado por la ciudadanía, enmarcado en “la capacidad del Estado de elevar más la calidad de vida de las personas, es decir, de las posibilidades que tengan de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales.” (Max Neef, 1998)

Partiendo de la concepción de Max Neef, podemos hablar de la música como un elemento de la política, en pro del desarrollo orientado hacia la satisfacción de las necesidades humanas que trascienden la racionalidad económica convencional porque comprometen al ser humano en su totalidad (Max Neef, 1998). Por lo expuesto, se debe considerar la música como un bien que contribuye a la satisfacción de las necesidades sociales y culturales de las personas y a la construcción de capital económico y social.

Es así como se llega a resaltar y comprender la importancia de la música en Bogotá y la necesidad de su tratamiento transversal e integral, como elemento fundamental del desarrollo, ya que en las últimas décadas, ésta se ha constituido como el insumo principal de la política pública cultural.

Por ello, la importancia de este proyecto radica en el reconocimiento de la música como un elemento de transformación que afecta las formas de asociatividad, comunicación y participación, planteándose como una herramienta de generación de capital cultural, económico y social, que como señala Clifford Geertz en la `Interpretación de las culturas´ ha permitido la evolución de la concepción de la cultura, pues “es posible observar que ya no solo los académicos o teóricos sociales tales como los sociólogos, antropólogos o psicólogos son los que realizan reflexiones sobre las formas en que la cultura se representa, ahora podemos observar en grupos sociales como las tribus urbanas, una concepción de la cultura como un todo que es representativo de sus gustos, ideas, formas de convivencia, vestimenta, moda, música, arte, etc”. Definiendo la cultura como “un conjunto de conocimientos, interacciones y características que son representativas de diferentes grupos sociales y de sociedades completas, ya que la cultura tiene diferentes niveles de representación.” (Geertz, 2003)

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo general**

Diseñar un modelo de promoción musical que fortalezca las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.

### **4.2. Objetivos específicos**

- Elaborar el portafolio de servicios del modelo de promoción musical para las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.
- Establecer alianzas estratégicas con actores del sector musical para el

fortalecimiento de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.

- Diseñar la estrategia de comunicaciones para el modelo de promoción musical de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.

## **5. MARCO TEORICO**

### **5.1. El ska y el reggae, implicaciones socio culturales y artísticas**

El ska y el reggae llegan a Bogotá como géneros musicales alternativos a principios de la década de los 90, ocupando diversos contextos sociales y culturales, situándose sucesivamente en distintos planos de lo underground y lo comercial<sup>3</sup>, atrayendo gran cantidad de público que en muchas ocasiones siguen el género sin conocimiento previo de las implicaciones sociales e ideológicas presentes en su historia de raíces jamaicanas.

La diversidad de conceptos e ideas que se desarrollan a través de estos géneros, hace de la escena musical solo uno de los componentes del gran entramado de actividades y prácticas que se desarrollan en torno a estos y que constituyen toda una forma de vida con implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales.

Concebir el ska y el reggae solo desde sus implicaciones musicales sería desacertado, puesto que la música está fundamentada en la ideología política de las sociedades jamaicanas, que posteriormente fueron adoptadas por habitantes de otros países que asimilan estos géneros como propios, junto con las dinámicas sociales y culturales implícitas. Es por esto que el ska y el reggae son el resultado de proclamas de libertad e igualdad que forjan todo un estilo de vida en torno al cual se configuran lógicas sociales, políticas, económicas y de mercado.

Por la misma época, Bogotá empieza a consolidarse como una ciudad en la que las agrupaciones reconocen la importancia de las prácticas artísticas, y se implementan estrategias culturales y artísticas lideradas por las administraciones públicas de turno, proyectándolas como conductas públicas necesarias para la vida en común desde la

---

<sup>3</sup> Gonzalo Javier Fernández monte. El ska en España: escena alternativa, musical y trasnacional. Universidad Complutense Facultad de geografía e historia. Madrid 2012.

perspectiva de la civilidad, la legalidad y el interés público, convirtiéndose en el escenario propicio para el desarrollo y posicionamiento del ska y el reggae.

Ahora, para estudiar el alcance de la gestión de las agrupaciones de ska y reggae que nacen y se desarrollan en el contexto ya descrito, es importante hacer una precisión conceptual que se debe tener en cuenta para la comprensión de estos géneros, como un fenómeno transversal a la sociedad que involucran dinámicas políticas, económicas y sociales, configurando los nuevos retos para las agrupaciones de ska y reggae de Bogotá.

Dicha precisión corresponde a entender estos géneros como, *"una serie de expresiones culturales que han alcanzado una importante expansión en varios niveles:*

- *A nivel cronológico, hablamos de un género que abarca ya más de medio siglo de antigüedad. Las primeras manifestaciones del ska datan de finales de la década de 1950, y salvando algunas intermitencias en su desarrollo, se puede trazar una evolución continuada del género hasta el día de hoy.*
- *A nivel geográfico, se trata de una expresión originada en un territorio muy localizado —Jamaica— y posteriormente divulgada a países de todo el mundo, en los que ha llegado a ser asimilado en el seno de cada cultura local. La interacción entre los diversos territorios que han adoptado el ska permite además considerar la existencia de una red internacional en el cultivo de esta música.*
- *A nivel cultural y conceptual, en torno al ska se han generado multitud de significados e implicaciones de diversa naturaleza (social, política, cultural, artística, sonora). Al mismo tiempo, la manifestación original ha derivado en buen número de variantes, así como fusiones con otros géneros, que presentan vinculaciones con distintas realidades sociales y musicales".<sup>4</sup>*

En este contexto, las agrupaciones de ska y reggae se desarrollan bajo unas dinámicas socioculturales, que los condicionan y caracterizan, forjando la escena musical como una de sus más importantes manifestaciones. A través de esta se reproducen sus estilos de vida y se configura su quehacer artístico.

---

<sup>4</sup>Gonzalo Javier Fernández Monte. El ska en España: escena alternativa, musical y Transnacional. Universidad Complutense Facultad de geografía e historia. Madrid 2012.

## **5.2. El ska y el reggae y las políticas públicas:**

Bogotá empieza a consolidarse musicalmente desde la aparición de modelos de circulación artística, como los festivales al parque. Constituidos desde valores como la inclusión, integración, valoración de lo existente y defensa de lo público, empiezan a reconocerse como pilares de la política pública cultural.

En la actualidad, el acuerdo 489 de 2012 “por el cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2012-2016 ‘Bogotá Humana’”, plantea estrategias que buscan la articulación de la cultura y el arte con las dinámicas del desarrollo social, económico y político del territorio, favoreciendo el desarrollo de la escena musical local y del ska y el reggae.

La música en Bogotá se plantea como una estrategia fundamental del andamiaje cultural. Ésta actúa como elemento articulador que conjuga la multiculturalidad, la memoria, la diversidad, la investigación y la creación en un solo escenario.

Es por esto, que la música se convierte en materia prima para la creación de una política pública de inclusión, circulación y fomento, como los festivales al parque, que desde 1995 abren la escena musical a la ciudadanía de forma gratuita, sirviendo como plataforma de circulación y reconocimiento a las agrupaciones de Bogotá.

Posteriormente, en 2004 se realiza el primer festival al parque dirigido a estos géneros, denominado "rastazo", que convoca a más de 6.000 personas y conjuga los ritmos típicos del caribe, como reggae, ska, soca, zuck, dub, dance hall, entre otros, constituyéndose en un gran aporte para la consolidación de la escena local de este género, que empieza a reconocerse a sí mismo desde la gestión pública y privada de las agrupaciones.

Desde el 2004 hasta el 2012, la inversión distrital en música aumentó apoyando el desarrollo de proyectos de investigación, creación y/o difusión. Adicionalmente, el Ministerio de Cultura desarrolla la estrategia del fortalecimiento de programas organizativos y de formalización que apoyarán al sector de la música para la formulación de sus proyectos y la planeación de sus esquemas de sostenibilidad favoreciendo a Bogotá, con dicha estrategia se beneficiará a más de 200 organizaciones.

Es por esto, que iniciar por el análisis de la política pública del modelo de los festivales

al parque en Bogotá, resulta fundamental para la comprensión del estado actual de la escena del ska y el reggae en Bogotá y el diseño de la mejor estrategia para acceder a los modelos de financiación estatal, si no, a circuitos de posicionamiento y reconocimiento musical. De igual forma, el análisis de las políticas públicas ofrece una renovación de los estudios para la comprensión del Estado y de sus acciones, sacando a la luz una distancia entre las intenciones iniciales y las realizaciones concretas.

De lo anterior, inferimos que la política pública nacional y distrital, en materia cultural y artística, favorecen el surgimiento, desarrollo y posicionamiento de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, posibilitando mediante estímulos y mecanismos de financiación, el acceso a espacios de participación y circulación que favorecen el reconocimiento de estos artistas a nivel local, distrital, nacional e internacional y que desde este modelo de promoción musical se impulsarán para lograr un acceso efectivo por parte de las agrupaciones.

### **5.3. Articulación del reggae y el ska a la política cultural colombiana**

Para abordar el tema de la gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, se debe empezar por la comprensión del contexto en el que se desarrolla la política cultural colombiana, y entender la música no solo como una actividad de entretenimiento, sino también reconocer su dimensión artística y laboral y para este caso el ska y el reggae como forma de vida que genera condiciones económicas, laborales y sociales favorables, además, como elemento generador de identidad y de conocimiento de la diversidad, entendida como una práctica que genera conocimiento, cultura, tejido social, memoria<sup>5</sup>, y finalmente la música como derecho cultural.

La música se ha consolidado como una fuerza social bastante amplia, pues con respecto a la educación para el trabajo y el desarrollo humano, según el Ministerio de Educación, existen en el país 1.100 entidades con 1.700 programas relacionados con áreas artísticas, de los cuales un 32% están en Bogotá, con una participación de programas de música en

---

<sup>5</sup> Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura, Republica de Colombia. Industrias Graficas Darbel. Bogotá. Enero de 2010.

un 24%, danza 20%, arte dramático 14%, artes visuales 11% y generales 10%<sup>6</sup>.

La posición preponderante de la música en estas cifras, nos da el contexto para fortalecer e impactar de manera positiva el desarrollo del sector profesional y empírico de los músicos de ska y reggae en Bogotá, a través de la articulación de esfuerzos e iniciativas y del desarrollo de diversas labores de gestión financiera y participativa que están orientadas a su reconocimiento, apropiación, valoración, visibilización y cualificación en plataformas de circulación<sup>7</sup>.

En la dimensión cultural es difícil determinar el alcance y los objetivos de las políticas públicas. Sin embargo, el análisis de éstas se constituyen en una puerta de entrada para la comprensión del Estado como ente promotor de derechos y de sus relaciones con la sociedad; de esta manera, teniendo en cuenta la base sobre la cual se desarrolla la escena del ska y el reggae en Bogotá y el modelo de festivales al parque implementado desde el Distrito, como lo señala el autor André-Nöel Roth, es importante que en la etapa de la implementación en el proceso de la política pública, se evalué el impacto deseado a quienes va dirigida, para lograr consistencia y coherencia en la etapas de la política pública y la forma de articularse a ella.

## **6. MARCOS DE REFERENCIA**

### **6.1. Marco histórico.**

La historia de la política cultural en Colombia, se enmarca aproximadamente desde el siglo XVIII en la época colonial. Sin embargo, para efectos del tema de este proyecto se retomará desde 1991, teniendo en cuenta el contexto constitucional, y reformista de este momento.

Es en el año de 1991, el país se propuso fundar un cambio constitucional de fondo, lo que permitió trazar el nuevo orden jurídico del quehacer político, para lo cual, la

---

<sup>6</sup> Documento Análisis prospectivo de la Educación Artística en Colombia al Horizonte del año 2019.

<sup>7</sup> Ver web <http://www.filarmonicabogota.gov.co/web2010/cultural/danza.html>. Consultado el 20 de septiembre de 2013

implementación de una política cultural era fundamental. Por ello, en las mesas de discusión y planteamiento constitucional, el tema de la cultura tuvo sus sugerencias a través de la comisión de derecho a la educación, fomento a la cultura y ciencia y tecnología. Posteriormente dichas propuestas dieron los cimientos para la constitución de 1991.

En esta misma década y teniendo en cuenta que la difusión de la música se hacía a través de las emisoras, géneros musicales desconocidos en Colombia eran introducidos por personas que visitaban otros países y traían acetatos y casetes. Gracias a esto, se inició en Bogotá un nuevo gusto por los sonidos que tendían al ska.

Este tipo de música cobró más importancia al contener mensajes políticos y sociales, no solo en sus letras y temáticas, sino también en su origen histórico y cultural. El público de la época lograba sentirse identificado al encontrar un referente de sus propias opiniones e ideologías y de esta manera, una expresión cultural acorde con su forma de pensar.

El ska inglés de la década de los 80, que tuvo más difusión que el originario jamaicano al llegar a países como Estados Unidos y Argentina en el caso latinoamericano, estuvo siempre enmarcado en un ambiente conflictivo. Un ambiente determinado por la difícil situación político-social debido, entre otras razones, a la problemática que se daba en ese país por la gran cantidad de inmigrantes y la falta de oportunidades laborales.

Así surgieron dos de las tribus urbanas que más relación tienen con el ska y en menor medida, con sus diferentes vertientes: los 'Rude Boys' y los 'Skinheads'. Los skinheads se han considerado a sí mismos de extracción obrera, y aunque inicialmente -y algunos aún- defendían la igualdad de razas y derechos laborales de éstas; poco a poco se vieron influenciados por políticas nacionalistas y chauvinistas.

De esta manera se abrió una brecha entre diferentes corrientes de una misma tendencia pero con ideologías políticas contradictorias. Esta tensión social derivó en el uso de la violencia como forma de desahogo de las frustraciones personales.

Así es como el ska llegó a Colombia no sólo como una tendencia musical, sino cargado de todo un bagaje social, convirtiéndose en una forma de expresión para la vida de

muchos. De esta manera, los espacios que se logran abrir para este género se ven afectados por las acciones violentas de una parte del público que considera la agresión como una manera de defender sus posiciones.

Ahora, se puede realizar una analogía entre la historia del ska y el reggae en Jamaica y su evolución en Colombia. Siendo el ska el ritmo que dio origen a otras músicas de la isla como el rock steady, el blue beat, el reggae y el raggamuffin, también fue la semilla que logró germinar en la escena reggae en nuestro país. Algunos grupos como Alerta Kamarada migraron del ska y su ambiente caótico en algún sentido hacia la tranquilidad del reggae.

A mediados de la década de los 90 el ska cobro relevancia entre las expresiones culturales de la ciudad y se generaron espacios auspiciados por el distrito como el 'Tortazo Ska', en la Media Torta, que con el paso de los años se convertiría en el 'Rastazo', espacio en el cual el reggae se imponía como tendencia. Para el infortunio de los seguidores de estos géneros y sus representantes, este espacio termina por desaparecer en 2008.

De manera alterna y como forma de respuesta para mantener el género del ska, se dio el auge de los festivales auto gestionados por los músicos entre 1996 y el 2000: 'Skalloween', 'Día de Skandalo' y 'Demofonia'.

Hoy en día, festivales como el 'Jamming Festival' dan la oportunidad al público de ver en escena a músicos internacionales y locales de reggae y aunque su fuerte es dicho género, bandas de ska también logran estar presentes.

En la escena bogotana, bandas como 'Skartel', 'La Sonora 100 Fuegos', 'Santos Indeseables', 'La Pequeña Nación' y 'Malas Burlas', marcaron el inicio de esta nueva tendencia a inicios de los años 90. Luego de estos precursores, nacieron a mediados de los 90's agrupaciones musicales como 'La Severa Maticera', 'Alerta Kamarada', y 'Los Elefantes', que aún hoy siguen vigentes.

Aunque algunos de ellos no sean fieles representantes de un solo género, todos le deben a el ska y el reggae gran parte su origen musical.

'Alerta Kamarada', se dedicó completamente al reggae, convirtiéndose en la agrupación

abanderada de este género. Tras ellos, y ya para finales de los 90, nacieron bandas como 'Nawal' y 'Huevo Atómico', que marcarían el inicio de una escena local fuerte, que se potencializa en los primeros años de la década del 2000.

Por su parte, el ska, creció para finales de los 90 con la incursión en la escena de bandas como 'Matanga', 'Skampida', 'Batracios', 'La Familia Bastarda', 'Desorden Social', 'Lo ke diga el Dedo' y 'Dr.Krapula'.

En un contexto general, es importante resaltar los siguientes hechos en materia artística:

En 1997 con la ley 397, ley general de cultura, que se transforma el Instituto Colombiano de Cultura, en Ministerio de Cultura, lo que significaría para la cultura su decisiva participación en las decisiones del Estado. Luego en 1998 bajo la presidencia de Andrés Pastrana se formula el plan nacional de cultura 2001 – 2010, "Hacia Una Ciudadanía Democrática Y Cultural".

Como resultado de este dispendioso proceso de reconocimiento de la cultura como derecho merecedor de una política específica y estructurante en el proceso de construcción de la nación, Colombia ha señalado como líneas de acción cultural, las siguientes:

- Estímulo a la creación
- La cultura para construir nación
- Descentralización y participación
- Nuestra cultura ante el mundo
- La cultura como ejemplo orientado a fomentar la solidaridad.
- La convivencia pacífica y el acceso amplio y democrático a la creación y al disfrute de las manifestaciones culturales.<sup>8</sup>

Partiendo de lo anterior, el programa Distrital de estímulos, como política de música se

---

<sup>8</sup> Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura, Republica de Colombia. Industrias Graficas Darbel. Bogotá. Enero de 2010.

establece a partir de estas líneas de acción. La política cultural para el sector música busca dar claridad a la visión y los fundamentos que comprometen significativamente lo público, con la expresión de la música, a través de acciones que fomenten e impacten de manera integral la práctica, el disfrute y el conocimiento de la música.<sup>9</sup>

El plan nacional de estímulos que desarrolla la política de estímulos, y por ende el programa Distrital de estímulos, nació con el ministerio de cultura en el año de 1997, con el fin de unificar los programas de becas y premios que Colcultura venía otorgando desde 1988 y de ampliar la oferta de convocatorias, desde ese año se han realizado convocatorias públicas para el cesión de estímulos a todos los participantes.

Es en 2006, mediante el acuerdo 257, que se crea la secretaria Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, y será EL IDARTES, entidad adscrita a la Secretaria, la encargada de brindar apoyos y estímulos en música los cuales comprenden becas, premios, alianzas estratégicas, apoyos concertados y fomento al intercambio.

## 6.2. Marco conceptual

El marco conceptual de este proyecto define y delimita conceptos claves que deben estar claros para la comprensión del tema. Es importante precisar que estos conceptos y el modelo en general están enmarcados en un marco jurídico (ver anexo 2).

- **Política pública (Como escenario):** Una política pública designa la existencia de un conjunto conformado por uno o varios objetivos colectivos considerados necesarios o deseables y por medios y acciones que son tratados, por lo menos parcialmente, por una institución u organización gubernamental con la finalidad de orientar el comportamiento de actores individuales o colectivos para modificar una situación percibida como insatisfactoria o problemática<sup>10</sup>.
- **Producto:** Se define como una puesta escénica investigativa artística o una creación musical ya terminada.

---

<sup>9</sup> Ídem.

<sup>10</sup> Conceptos, teorías y herramientas para el análisis de las políticas públicas. Roth. **Capítulo I**

- **Proyecto:** Se define como una propuesta de trabajo de producción o investigación artística o cultural que se encuentra en proceso o por desarrollar.
- **Organizaciones profesionales:** Las organizaciones existentes cuyo interés particular es adelantar proyectos de diversa índole en el campo artístico. Constituyen un apoyo a la gestión que beneficia en su práctica artística.
- **Promoción:** Buscamos mediante el modelo, lograr que las agrupaciones de ska y reggae de Bogotá mejoren sus condiciones de vida, y tengan mejores índices de productividad en su trabajo. El fin es contribuir al posicionamiento de los productos musicales y de las agrupaciones mediante la implementación de estrategias que han sido pensadas y formuladas teniendo en cuenta sus necesidades. Llamamos promoción musical a la implementación de acciones encaminadas a: Posicionamiento en plataformas de circulación, Acceso a diversas fuentes de financiación, Oportunidades de movilidad nacional e internacional, Mejoramiento de las condiciones laborales.
- **Participación:** En una aproximación conceptual se define como toda acción colectiva de individuos orientada a la satisfacción de necesidades, que se cimienta en la existencia de una identidad colectiva, enmarcada en valores, intereses y motivaciones compartidas que dan sustento a la existencia de “grupo”.

Para el caso que nos ocupa el concepto de participación juega un papel fundamental ya que busca afianzar y contribuir al mejoramiento continuo de las agrupaciones mediante la apropiación y reconocimiento de la importancia de la participación activa (convocatorias, circuitos, redes, mesas sectoriales, entre otros) como la acción implícita en el deseo y necesidad de ser parte de “algo”, de intervenir o compartir en un proceso.

Para algunos autores, se entiende por participar, el proceso a través del cual distintos sujetos individuales o colectivos, en función de sus intereses y de la lectura que hacen de su entorno, intervienen en la marcha de sus asuntos colectivos, con el fin de mantener y/o reformar el orden social y político . Vázquez (2003) citando a Morgan,

establece que la participación puede ser vista a su vez como un medio o como un fin. La primera de ellas tiene una perspectiva utilitaria, en la medida en que se propone la búsqueda de unos determinados objetivos. En tanto que, la participación vista como un fin se relaciona con el término de empoderamiento.

Para Wandersman, Florin, Chavis, Rich y Prestby (1985), la participación se asemeja a la capacidad para influir, es decir, a la posibilidad del sujeto para actuar dentro de un contexto comunitario. En éste sentido, la capacidad de influir, se da sobre el proceso de toma de decisiones que de alguna manera se vinculan con los intereses de los participantes. Partiendo de estas premisas, es necesario diferenciar los tipos de participación que han sido reconocidos de manera tradicional: la participación política, la participación comunitaria y la participación ciudadana.

Nuestro modelo de promoción musical, busca concientizar a las agrupaciones de la importancia de la participación en cualquiera de sus formas para el logro de objetivos comunes y específicos. La participación en este contexto será directamente proporcional al reconocimiento, posicionamiento y legitimación del quehacer de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, como agentes que comparten “saberes, ideologías, fines, etc” y que tienen la facultad de transmitir mediante el arte. Y como artistas que representan al sector musical.

- **Políticas Culturales:** Las políticas culturales son las grandes definiciones que asume el país para orientar los procesos y acciones en el campo cultural, mediante la concertación y la activa participación del Estado, las entidades privadas, las organizaciones de la sociedad civil y los grupos comunitarios, para de esta manera responder con creatividad a los requerimientos culturales de la sociedad.
- **Gestión Cultural:** Conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información articulados entre sí, que posibilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía.
- **Derecho Cultural:** Derecho a la expresión y construcción de las prácticas artísticas

relacionadas con la necesidad de simbolizarse, de crearse y crear memoria y sentido, un derecho a la condición de ciudadano, en tanto que la constitución del sujeto tiene formas de realizarse diferentes a las formas tradicionales de la representación política fundamentada en normas y leyes. La cultura es una construcción simbólica múltiple y en movimiento, por ello creativa y con diferentes concepciones y desarrollos. No es un espacio homogéneo sino lugar de diferenciación, de dispersión de lo sensible y expresivo, con diversas estéticas, formas de transmisión, usos de lo estético, formas de encuentro y educación.

- **Agrupaciones de trayectoria:** Entendemos como agrupaciones de trayectoria, aquellas que han tenido procesos exitosos de circulación y han logrado sostenerse financiera y artísticamente, posicionándose en la escena musical.
- **Ska:** Se basa en un estilo rítmico caracterizado por cortes regulares sobre una música de fondo tocada por la guitarra rítmica, conocida como "Beat", y la batería, que se toca en el tercer tiempo de cada compás. Este ritmo es más lento que el de otros estilos precursores del reggae como el ska y el rocksteady.

## 7. METODOLOGÍA

El objetivo principal de este proyecto llevó a realizar un diagnóstico de las situaciones específicas que se ven en la escena musical frente a los géneros ska y reggae en Bogotá. La recolección de información se realizó por medio de entrevistas semiestructuradas y encuestas. (Ver anexo 3 y anexo 4)

Dicho diagnóstico arrojó una serie de factores que producen una inadecuada articulación entre el género musical y los intereses inherentes a dicho mercado: la falta de conocimiento por parte de los músicos frente a la formulación de proyectos, la deficiencia en el acceso a las fuentes de financiación y la poca circulación a nivel nacional e internacional. Gracias a esto se aborda el problema, categorizando tres líneas base: participación, circulación y financiación.

La especificidad de la problemática detectada en estos géneros musicales y los niveles de relación con los distintos actores de la industria, que se diferencian de la relación que otros géneros tienen con estos, nos permite dentro de este proyecto aplicar la metodología holística, ya que ella, por su definición y aplicabilidad, nos permite integrar los objetivos planteados de manera asociativa y dinámica coherentes con las dinámicas del género, los actores y el problema detectado.

Estas situaciones no se pueden analizar desde un solo punto de vista. Las causas obedecen a distintos factores, por lo cual su abordaje debe ser multidimensional e interdisciplinar. Esta situación además, genera una urgencia en este sector musical que obliga a pensar alternativas de solución desde los actores, el mercado y los agentes locales, nacionales e internacionales.

Esta metodología holística estará basada en dos autores principales, Fritjof Capra y Jacqueline Hurtado de Barrera, quienes plantean la posición de que hay múltiples maneras de percibir el problema y su solución(es). Desde la perspectiva de Capra, existe una interconexión universal de las cosas y el fundamento de Hurtado aborda la metodología holística como un proceso sistemático de búsqueda e indagación, por medio de la descripción, el análisis, la comparación, la explicación y la predicción.

Cada uno de estos procesos se establece con el fin de generar un cambio. En la comparación y en el análisis, se identifican los procesos causales que han originado las condiciones actuales de la situación que se busca modificar, y que por medio de explicaciones se logran predicciones de ciertas circunstancias o consecuencias de los cambios que se puedan producir. La predicción permite identificar tendencias futuras, probabilidades, posibilidades y limitaciones.

Estos planteamientos se adaptan a la especificidad de los géneros musicales, que desde este proyecto se pretende trabajar y en general sobre las características propias del sector musical, lo cual resulta coherente con los objetivos de este modelo.

La justificación y la manera frente a la que se pretende abordar el problema diagnosticado, fue el motivo por el cual la metodología holística se eligió como

determinante para comprender las posibilidades de relaciones entre actores, estrategias y soluciones efectivas para las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.

## **8. MODELO DE GESTIÓN**

El modelo de gestión Sound Impulse permite operativizar los objetivos propuestos para este proyecto, a partir de las tres líneas de base detectadas en el diagnóstico. Estas corresponden a las estrategias que buscan dar solución a los principales problemas que se enfrentan las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, y que corresponden a la financiación, participación y circulación.

Estas líneas corresponden al inicio de un proceso, en el que el modelo de promoción musical, identifica una serie de necesidades por medio de un análisis situacional de cada agrupación en el momento en que se inicia el trabajo con cada una de estas.

Por medio de un trabajo de campo realizado con las agrupaciones de reggae y ska en Bogotá, encontramos que aunque existen necesidades compartidas en cuanto a participación, circulación y financiación, es fundamental que cada agrupación cuente con una estrategia de acuerdo con su situación. Esto obedece a que cada una de ellas tiene experiencias diferentes y objetivos claros independientes.

Con esta Identificación, se plantean metas específicas que nuevamente, siguiendo las tres líneas base, logran solucionar efectivamente las necesidades de las agrupaciones y así, mejorar la gestión de estas dentro del mercado musical, cumpliendo así con los objetivos propuestos en este modelo de promoción musical.

Es fundamental entonces, que el modelo de promoción musical este centrado en asesorías personalizadas, haciendo un análisis de la situación de cada agrupación y así detectar las necesidades puntuales de cada de ellas, lo que brinda la posibilidad de establecer metas específicas. Teniendo estos paramentoros claros, se logran generar estrategias puntuales, asertivas y efectivas.

Para cubrir las necesidades que se encuentren dentro de lo correspondiente a participación, el modelo de gestión tendrá una línea de asesorías para la elaboración y

presentación de proyectos para las convocatorias distritales y estatales. Este producto del portafolio cubre una necesidad puntual para el acceso a los estímulos públicos.

En cuanto a circulación, el servicio específico a ofrecer es booking de las agrupaciones a nivel nacional e internacional; entendiéndose booking como el manejo de conciertos, presentaciones y shows en vivo. Este servicio va de la mano con el manejo y administración de aliados estratégicos (salas de ensayo, estudios de grabación, productores, medios de comunicación y escenarios para presentaciones en vivo). El beneficio final de este servicio se desarrolla en doble vía: para la agrupación y para el aliado, es un intercambio donde se establece un gana-gana económico y de experiencia.

El modelo de gestión ve a las agrupaciones como una empresa, la cual debe tener un estudio de mercado, análisis de amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades, de esta manera se establece todo un plan de negocio que hace del oficio un espacio rentable para el músico.

Es por ello, que el tercer servicio que se plantea va encaminado al tema de la financiación. Es una asesoría y acompañamiento para la promoción y manejo de las agrupaciones a través de estrategias de comunicación 360 grados (imagen de la banda, relaciones públicas, medios de comunicación, publicidad). El resultado de este servicio será manejar el posicionamiento a nivel local e internacional de las agrupaciones.

Para llevar a cabo estos procesos, se desarrollarán tres estrategias que corresponden a la política, tecnológica y de comunicaciones y financiera, que se describen a continuación.

### **8.1. Estrategia de comunicaciones y tecnológica:**

Para Sound Impulse, la estrategia de comunicación irá encaminada a cumplir un objetivo específico que es, la difusión del portafolio de productos y la ventaja competitiva del modelo de promoción que se ha detectado después de realizar los respectivos análisis DOFA y plan de mercadeo (ver anexo 5). Es fundamental que el segmento del mercado al que va dirigido el proyecto, los actores del sector musical involucrados con reggae y ska, conozcan lo que se está ofreciendo y la manera de trabajarlo. (Ver anexo 6)

Después de realizar un análisis de dicho segmento del mercado, se identificaron dos grupos objetivos a los cuales debe llegar la comunicación. El primer grupo objetivo son las agrupaciones de reggae y ska que se están en Bogotá. El segundo son los aliados estratégicos: salas de ensayo, estudios de grabación, escenarios para presentaciones en vivo, empresa privada y medios de comunicación.

El manejar lenguajes de comunicación y trabajar tácticas de acercamiento específicas para cada uno de los grupos objetivos, se hace relevante puesto que aunque los dos son actores de la industria musical, es necesario que el modelo de promoción se acerque a ellos de manera directa y contundente según sus características intrínsecas y lo que se requiere de cada uno de ellos.

Ahora bien, existirán una serie de tácticas transversales a los dos grupos objetivos identificados, y que a su vez son la base de esta estrategia de comunicación y mercadeo del modelo:

Como primera actividad se trabajará en generar la imagen corporativa y personalidad del modelo de promoción musical, Sound Impulse, lo que brindará una herramienta para iniciar con el reconocimiento visual y a largo plazo el posicionamiento como marca. En este punto, es muy importante tener en cuenta las tipologías de los grupo objetivos a los que se quiere llegar, por lo cual el ideal es manejar una imagen fresca que brinde cercanía y confianza.

Aprovechando la efectividad y economía del manejo de comunicaciones a través de las tecnologías, las siguientes actividades que se manejarán de forma transversal a los dos grupos objetivos, están encaminadas a la creación de una página web y la generación de perfiles en diferentes redes sociales, como estrategia de acercamiento y formación de toda una personalidad de marca.

El uso de herramientas web brinda, no solo la capacidad de mantener una evaluación constante de seguidores y contactos efectivos, sino que ofrece mayor cobertura con una inversión menor, comparada con los medios tradicionales de difusión, como lo son la televisión, prensa, revistas, entre otros. (Ver anexo 7)

## **8.2. Estrategia política:**

La política definida desde la teoría política contemporánea como “la actividad humana por excelencia” -consiste en que los hombres diversos se relacionen entre sí. Para que esto suceda, es necesario que salgan de su vida privada a encontrarse con los otros en un lugar público, como sucedía en la antigua Grecia. Lo que acontece en el ámbito político es fruto de la libertad humana; consiste en una incidencia original. Se puede esperar cualquier cosa de dichas incidencias.

Sin embargo, para ser verdaderamente políticas, las acciones necesitan tomar en cuenta que existirán en un mundo construido previamente, en donde hay ya valores, acuerdos y significados.<sup>11</sup>

Entonces la construcción colectiva es el fundamento de la política. La participación en los asuntos públicos entendiendo “lo público”, no como lo estatal, si no como bien lo señala la concepción Arendtiana como “lo que es común a todos nosotros” y diferenciado de nuestro lugar poseído privadamente. “La esfera pública, al igual que el mundo en común, nos junta y no obstante impide que caigamos uno sobre otro, por decirlo así.”<sup>12</sup>

Ahora bien, si lo público es lo que es común a todos nosotros y actuar en el marco de ello constituye una acción política, llamaremos para el modelo de promoción musical “estrategia política” a la forma en que implementaremos acciones encaminadas a la creación de alianzas que nos permitan acceder eficientemente a nuestros objetivos, que también serán los objetivos de todos los agentes del sector musical. Es por ello, que se constituye como estrategia política, porque conjuga diferentes actores que se unen a participar y a actuar en torno a un “bien común”.

Es así, como esta estrategia consiste en crear alianzas estratégicas con actores del sector musical y fuera de él, que permitan el acceso a las líneas base del modelo de promoción musical, para fortalecer la gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.

---

<sup>11</sup> ARENDT, Hannah, La condición humana, Barcelona: Paidós, [1958] 2005

<sup>12</sup> Ídem

El desarrollo de esta estrategia, según el interés que se tiene por fortalecer la gestión de estas agrupaciones, se realizará por medio de una base de datos de los posibles aliados, identificados como estratégicos para desarrollar los proyectos del modelo de promoción.

Teniendo en cuenta el tema financiero para invertir en un plan de medios, se trabaja on line, a través de la creación de una página web donde se pueda encontrar el portafolio de servicios, portafolio de aliados y clientes. Para formar la personalidad de la marca, se crearán perfiles en diferentes redes sociales, como estrategia de acercamiento a los posibles aliados.

Posteriormente, es preciso concretar los aliados estratégicos, mínimo uno por sector: medios de comunicación, salas de ensayo, estudios de grabación, escenarios locales y teniendo en cuenta que la ventaja competitiva de este modelo de promoción musical esta en romper fronteras, para lo cual se plantea la meta de tener mínimo dos aliados en el exterior. Igualmente, aprovechando los medios magnéticos y como responsabilidad ambiental, al momento de hacer las visitas a los aliados estratégicos toda la información se maneja digital y a través de la web.

Siguiendo con la dinámica inicial del modelo de promoción musical, acorde a la estrategia de comunicaciones para difundirlo entre las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, se busca el posicionamiento como Sound Impulse SAS. La identificación de los aliados estratégicos se ha definido en términos de actores directos de la industria musical y de aquellos que indirectamente participan también en ella.

Categorizando a los actores según el interés de Sound Impulse y el desarrollo de cada uno de los proyectos, se consigue una priorización de cada actor y se define como aliado, tanto como para la organización en general, como para un proyecto a desarrollarse, que en unos casos posiblemente puede ser más relevante que en otros.

Teniendo definidos los aliados, se establecen las condiciones de participación de uno de estos en cada proyecto en los que participará con Sound Impulse, asegurándose de que se entiendan claramente los puntos de vista de ambas partes, con el fin de construir confianza y desarrollar el dialogo de una manera constante, clara y concisa, para lo cual se

define el tipo de comunicación a realizar, definiendo entre reuniones bilaterales o en grupo y si son presenciales, telefónicas o por medio de otras herramientas tecnológicas.

Posteriormente, se realiza el análisis de los recursos necesarios para llevar a cabo esta relación y el alcance de la misma, con el fin de establecer las expectativas, ventajas y limitaciones con respecto a los resultados de la relación a establecer, intentando prever todas las situaciones posibles y que así la relación sea efectiva para la correcta realización del proyecto.

Por último, cada proyecto realizado por Sound Impulse, tendrá un proceso de evaluación de resultados, por lo cual, el análisis de la efectividad de cada aliado será determinante para definir su participación en futuros proyectos.

De esta forma y reiterando el fin de fortalecer la gestión de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá, desde el modelo de promoción musical propuesto en este proyecto, se establecerán alianzas estratégicas con actores del sector musical que permitan el acceso a las fuentes de participación, financiación y circulación nacional e internacional, las cuales representan las líneas estratégicas identificadas en el diagnóstico, como las principales problemáticas de estas agrupaciones para insertarse efectivamente en el mercado musical.

Estas alianzas estratégicas se realizarán con actores del sector musical, tales como, salas de ensayo, estudios de grabación, bares y demás espacios de presentación en vivo, medios de comunicación oficiales e independientes, entidades financieras, entidades de orden nacional, territorial e internacional, promotores musicales, festivales locales, nacionales e internacionales, entre otros.

Los aliados estratégicos que se definirán según un diagnóstico y categorización, según su grado de incidencia en el sector musical y acorde a las necesidades de cada agrupación de ska y reggae en Bogotá, permitirán desde el modelo de promoción musical propuesto en este proyecto, acercar a estas agrupaciones a nuevas alternativas y a fortalecer las existentes, permitiendo desarrollar sus objetivos como artistas y mejorar su calidad de vida.

### **8.3. Estrategia financiera.**

Por medio de esta estrategia, el modelo de promoción musical buscará financiar las actividades propuestas para la consecución de los objetivos estratégicos, que a su vez, permitirán el acceso a las fuentes de financiación para la materialización de los proyectos de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.

#### **OBJETIVOS FINANCIEROS ESPECÍFICOS PROYECTADOS:**

- Rendimiento de inversión a largo plazo para sus accionistas.
- Tasa de rendimiento sobre la inversión en el año 2 y 3 de ejecución del 30%.
- Producir rendimientos netos de \$76.680.000 en el 2014.
- Expandir Sound Impulse a nivel Nacional para el año 2020.

Esta estrategia planea el modelo de promoción musical en una fase de consolidación en donde se valoriza la inversión y costo del actual proyecto y otra fase de implementación en la que el ejercicio financiero está proyectado en un año determinando costos e ingresos.

En cuanto al beneficio, se proyectan ingresos por SETENTA Y SEIS MILLONES SEISCIENTOS SESENTA Y OCHO MIL PESOS M/CTE (\$76.680.000) en el primer año de gestión, por concepto de ventas (mensualidades, asesorías y comisiones), lo que representa una utilidad del 30% en el segundo año de operación. Se espera que este incremento se alcance a través del establecimiento de objetivos financieros claros encaminados a la sostenibilidad, precios competitivos, publicidad, establecimiento de alianzas y aprovechamiento del know how

En este sentido, la estrategia financiera de Sound Impulse para el 2014, busca generar un incremento significativo en las ventas de los servicios contemplados en el portafolio.

## 9. ACTIVIDADES – METAS E INDICADORES

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES	META	INDICADOR	RESULTADO
Elaborar el portafolio de servicios del modelo de promoción musical para las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.	Analizar la competencia y el entorno del mercado.	Identificar oferta y demanda en el mercado	Número de empresas que trabajan con ska y reggae en Bogotá	Portafolio de servicios
			Numero de agrupaciones ska y reggae en Bogotá	
	Categorizar las necesidades identificadas de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.	Definir los productos del portafolio de servicios según las necesidades identificadas.	Número de productos a ofrecer en el portafolio de servicios.	
Establecer alianzas estratégicas con actores del sector musical para el fortalecimiento de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.	Realizar un mapeo (análisis y categorización) de los actores del sector musical.	Identificar los posibles aliados dentro de los actores sector musical	Número de posibles aliados identificados	Alianzas estratégicos
	Identificar las oportunidades con los posibles aliados estratégicos	Identificar las variables de las oportunidades con los posibles aliados	Número de variables de las oportunidades identificadas	
	Establecer la alianza y sus condiciones	Formalizar alianzas estratégicas	Número de alianzas establecidas	

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES	META	INDICADOR	RESULTADO
Diseñar la estrategia de comunicaciones para el modelo de promoción musical de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.	Diseñar la imagen corporativa del modelo de promoción musical	Aplicar la imagen corporativa en la estrategia de comunicaciones para el modelo de promoción musical	Número de agrupaciones y/o aliados que reconocen la imagen corporativa del modelo de promoción musical	Estrategia de comunicación
	Identificar las herramientas de comunicación para el modelo de promoción	Implementar las herramientas de comunicación para el modelo de promoción	Número de herramientas implementadas	
	Ofrecer el portafolio de servicios	Vincular agrupaciones al modelo de promoción musical	Numero de agrupaciones vinculadas al modelo de promoción musical.	

### 10. CRONOGRAMA

	Responsable	Tiempo Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
			Objetivo 1	Viviana Toledo y Pilar Torres	1.1 Analizar la competencia y el entorno del mercado.	█	█	█	█	█				
Andrés Pulido y Laura Gutiérrez	1.2 Categorizar las necesidades identificadas de las agrupaciones de ska y reggae en Bogotá.					█	█	█						
Objetivo 2	Andrés Pulido	2.1 Realizar un mapeo (análisis y categorización) de los actores del sector musical.		█	█	█	█							
	Viviana Toledo y Pilar Torres	2.2 Identificar las oportunidades con los posibles aliados estratégicos				█	█	█	█	█				
	Laura Gutiérrez	2.3 Establecer la alianza y sus condiciones								█	█	█	█	
Objetivo 3	Pilar Torres	3.1 Diseñar la imagen corporativa del modelo de promoción musical					█	█						
	Viviana Toledo	3.2 Identificar las herramientas de comunicación para el modelo de promoción								█	█	█		
		3.3 Ofrecimiento del portafolio de servicios										█	█	█

## 11. PRESUPUESTOS

Para determinar la propuesta económica del modelo de promoción musical se realizan tres presupuestos:

### 11.1. Presupuesto de Inversión

Elaborado con el fin de determinar el costo exacto de cada una de las actividades establecidas en el cronograma y los productos que de ellas se derivan. Para ello, se proyectan tres categorías del gasto principalmente: recurso humano, gastos administrativos y otros gastos adicionales.

Para determinar los gastos asociados a recursos humano, se estima un valor unitario de \$25.000 pesos la hora por prestación de servicios de los profesionales definidos como responsables en cada actividad. Dicho costeo se realizó por actividades con el fin de determinar el presupuesto exacto de inversión en la elaboración y formulación del modelo de promoción Sound Impulse.

Cabe anotar que la inversión del recurso humano se realizó en especie, teniendo un total de \$19.500.000 invertidos y representados en mano de obra calificada para la ejecución de las actividades previstas y la elaboración de los respectivos productos. Quedando \$924.489 en gastos asociados a telecomunicaciones, internet, transporte e imprevistos, para un total invertido de veinte millones cuatrocientos veinticuatro mil cuatrocientos ochenta y nueve millones de pesos M/cte. (\$20.424.489)

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN SOUND IMPULSE							
N°	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad	n° unidades	Valor unitario	Valor parcial	Valor Total
1	Costos Fijos						
1.1	Recurso Humano						
1.1.2	<b>Honorarios por servicios.</b>						
1.1.2.1	Profesional encargado de analizar la competencia y el entorno del mercado.	2	Profesional/hora	180	\$ 25,000	\$ 1,125,000	\$ 4,500,000
1.1.2.2	Profesional encargado de categorizar las necesidades identificadas de las agrupaciones de ska y reggae en	2	Profesional/hora	120	\$ 25,000	\$ 750,000	\$ 3,000,000

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN SOUND IMPULSE							
N°	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad	n° unidades	Valor unitario	Valor total	Valor Total
	Bogotá.						
1.1.2.3	Profesional encargado de realizar un mapeo (análisis y categorización) de los actores del sector musical.	1	Profesional/hora	60	\$ 25,000	\$ 375,000	\$ 1,500,000
1.1.2.4	Profesional encargado de Identificar las oportunidades con los posibles aliados estratégicos.	2	Profesional/hora	180	\$ 25,000	\$ 1,125,000	\$ 4,500,000
1.1.2.5	Profesional encargado de establecer las condiciones de las alianzas.	1	Profesional/hora	120	\$ 25,000	\$ 750,000	\$ 3,000,000
1.1.2.6	Profesional encargado de diseñar la imagen corporativa del modelo de promoción musical.	1	Profesional/hora	60	\$ 25,000	\$ 375,000	\$ 1,500,000
1.1.2.7	Profesional encargado de Identificar las herramientas de comunicación para el modelo de promoción	1	Profesional/hora	60	\$ 25,000	\$ 375,000	\$ 1,500,000
	<b>Total Recurso Humano</b>					\$ 4,875,000	\$ 19,500,000
	<b>Gatos Administrativos</b>						
1.3.1.4	Servicios de acceso de internet, redes y procesamiento de información y gastos de comunicación.		Mes	12	\$ 37,000	\$ 37,000	\$ 444,000
1.3.6	<b>Otros Servicios</b>						
1.3.6.1	Auxilio de transporte	4	Profesional	4	\$ 60,122	\$ 60,122	\$ 240,489
1.3.6.2	Imprevistos		Mes	12	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 240,000
1.3	<b>Total Gastos de Administración</b>						\$ 924,489
	<b>Total Costos Fijos</b>						\$ -
<b>Valor total Modelo de gestión</b>							<b>\$ 20,424,489</b>

## 11.2. Presupuesto de Gastos

Se proyectó Sound Impulse luego de su establecimiento, por un año de funcionamiento. Allí se categorizan los gastos en recurso humano, materiales e insumos, gastos administrativos y otros servicios, que incluyen la asignación de presupuesto a imprevistos, todos clasificados como costos fijos del proyecto, en donde \$31.006.000 están destinados a remuneración salarial, \$3.727.000 a gastos de materiales y/o papelería y \$3.547.822 al pago de gastos de administración para un total de treinta y ocho millones

doscientos ochenta mil ochocientos veintidós pesos M/cte. (\$38.280.822) requeridos para el mantenimiento y funcionamiento del proyecto en el año 1.

Adjunto al presupuesto de gastos se presenta el flujo de caja correspondiente que refleja las dinámicas y variaciones de los gastos por mes. (Ver anexo 8)

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS SOUND IMPULSE</b>					
<b>N°</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>IMPORTE ANUAL</b>
<b>1</b>	<b>Costos Fijos</b>				
<b>1.1</b>	<b>Recurso Humano</b>				
1.1.1.2	Sueldo base al personal permanente	4	Coordinadores	\$ 430,000	\$ 20,640,000
1.1.2	<b>Remuneración Salarial personal ocasional</b>				
1.1.2.1	Asesor Jurídico	1	Asesor/hora	\$ 150,000	\$ 300,000
1.1.2.2	Técnico	1	Técnico/hora	\$ 70,000	\$ 140,000
1.1.2.3	Asesor Contable	1	Asesor/hora	\$ 150,000	\$ 300,000
1.1.3	<b>Prestaciones Sociales</b>				
1.1.3.1	Prima por años de servicios.	1	Prima anual	\$ 57,000	\$ 228,000
1.1.3.2	Prima vacacional y dominical	1	Prima anual	\$ 59,250	\$ 237,000
1.1.3.3	Aguinaldo	1	Prima anual	\$ 430,000	\$ 1,720,000
1.1.3.4	Remuneraciones por horas extra	1	Remuneración	\$ 73,750	\$ 295,000
1.1.4	<b>Seguridad Social</b>				
1.1.4.1	EPS	4	Coordinadores permanentes	\$ 65,000	\$ 3,120,000
1.1.4.2	Pensión	4	Coordinadores permanentes	\$ 77,500	\$ 3,720,000
1.1.4.3	ARL	4	Coordinadores permanentes	\$ 12,000	\$ 576,000
	Valor por coordinador			\$ 584,500	
<b>1.1</b>	<b>Total Recurso Humano</b>				<b>\$ 31,006,000</b>
<b>1.2</b>	<b>Materiales e insumos</b>				
1.2.1	Computador	1	Computador	\$ 2,500,000	\$ 2,610,000
1.2.2	Impresora	1	Impresora	\$ 800,000	\$ 855,000
1.2.3	Tonner	1	Tonner	\$ 120,000	\$ 142,000
1.2.4	Papelería	12	resma	\$ 10,000	\$ 120,000
1.2.5	Merchandising	85	kit (calendario, agenda, termo)	\$ 16,470	\$ 1,400,000

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS SOUND IMPULSE</b>					
<b>N°</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>IMPORTE ANUAL</b>
1.2.6	Tarjetas de presentación	300	Tarjeta	\$ 300	\$ 90,000
1.2	<b>Total Materiales e insumos</b>				<b>\$ 3,727,000</b>
	<b>Gatos Administrativos</b>				
1.3.1.1	Aporte a servicios básicos	12	mes	\$ 65,000	\$ 780,000
1.3.1.2	Gastos de Comunicaciones	12	mes	\$ 48,000	\$ 576,000
1.3.1.3	Servicios de acceso de internet, redes y procesamiento de información	12	mes	\$ 37,000	\$ 444,000
1.3.1.4	Servicios financieros y bancarios	12	mes	\$ 28,000	\$ 336,000
1.3.1.5	Tramites y legalización	12	mes	\$ 300,000	\$ 300,000
1.3.2	<b>Otros Servicios</b>				
1.3.2.1	Auxilio de transporte	12	mes	\$ 60,122	\$ 795,822
1.3.2.2	Imprevistos	12	mes	\$ 150,000	\$ 225,000
1.3.2.3	Hosting Pagina web	12	mes	\$ 80,000	\$ 91,000
1.3	<b>Total Gastos de Administración</b>				<b>\$ 3,547,822</b>
1	<b>Total Costos Fijos</b>				<b>\$ 38,280,822</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>					<b>\$ 38,280,822</b>

### 11.3. Presupuesto de Ingresos

Por último, se realiza el presupuesto de ingresos para el primer año de funcionamiento, contemplando cada uno de los productos del portafolio de servicios, proyectando ingresos fijos por valor de \$38.880.000, como resultado de los recursos percibidos por Promoción y manejo de agrupaciones, que incluye mensualidades por representación de mínimo dos agrupaciones, asesorías realizadas y patrocinios gestionados.

De otra parte, la proyección de ingresos variables contempla las comisiones percibidas por proyectos y por booking, establecidas sobre un 5% (aproximadamente) del valor total del proyecto o servicio gestionado, por valor de \$37.800.000, para un total de setenta y seis millones seiscientos sesenta y ocho mil pesos M/cte (\$76.680.000).

Adjunto al presupuesto de ingresos se presenta el flujo de caja correspondiente que

refleja las dinámicas y variaciones de los ingresos por mes, (ver anexo 9).

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS SOUND IMPULSE</b>					
<b>N°</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>1</b>	<b>Ingresos Fijos</b>				
1.1	<b>Mensualidades por Promoción y manejo de agrupaciones (Asesorías, estrategia 360°)</b>				
1.1.1	Agrupaciones regulares	2	Agrupación	\$ 400,000	\$ 9,600,000
1.1.2.	Asesorías	8	Asesoría	\$ 180,000	\$ 17,280,000
1.1.3	Patrocinios	6	Patrocinio		\$ 12,000,000
	<b>Total Ingresos Fijos</b>				<b>\$ 38,880,000</b>
<b>2</b>	<b>Ingresos Variables</b>				
2.1.	<b>Comisiones</b>				
2.1.2	5 % por proyecto aprox (1 proyecto por mes)	1	Proyecto	\$ 750,000	\$ 9,000,000
2.1.3	Comisión por booking (ruedas de negocio). (8 fechas por mes)	8	funciones, ensayos, etc	\$ 100,000	\$ 28,800,000
	<b>Total Ingresos Variables</b>				<b>\$ 37,800,000</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>				<b>\$</b>	<b>76,680,000</b>

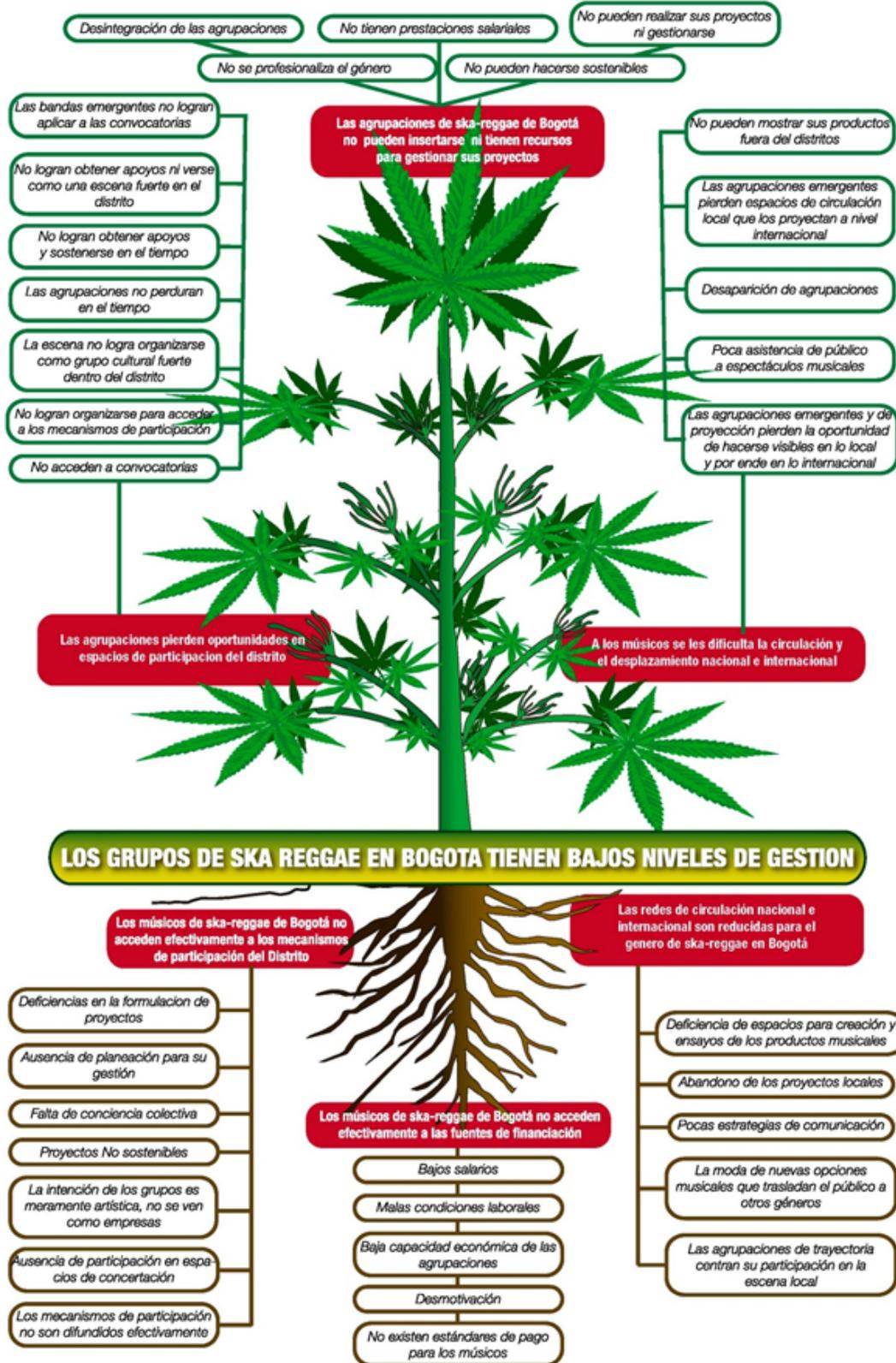
## 12. BIBLIOGRAFÍA

1. Fritjof Capra, "El Tao de la Física", Tercera edición, Marzo 2000, Editorial Sirio, S.A, Consulta Realizada el 17 de mayo de 2013. Disponible en la página Web <http://4grandesverdades.files.wordpress.com/2009/12/capra-fritjof-el-tao-de-la-fisica.pdf>
2. Fritjof Capra, "La trama de la vida" 1996, Editorial Anagrama, Consulta Realizada el 17 de mayo de 2013. Disponible en la página Web <http://jmonzo.blogspot.com/2012/11/la-trama-de-la-vida-de-fritjof-capra.html>
3. Fritjof Capra, "Las conexiones ocultas" Consulta Realizada el 17 de mayo de 2013. Disponible en la página Web <http://www.upacifico.edu.py/librosdigitales/831.pdf>
4. Jackeline Hurtado de Barrera, Revista Esquemas Pedagógicos N° 8. 2008, "La integración metodológica en las ciencias sociales, dificultades y posibilidades" Consulta Realizada el 17 de mayo de 2013. Disponible en la página Web <http://investigacionholistica.blogspot.com/search/label/M%C3%A9todos%20en%20investigaci%C3%B3n>
5. Jackeline Hurtado de Barrera, Revista Internacional Magisterio, N° 31, febrero-marzo 2008, "Investigación holística o Comprensión holística de la investigación", Consulta Realizada el 17 de mayo de 2013. Disponible en la página Web <http://investigacionholistica.blogspot.com/search/label/Investigaci%C3%B3n%20hol%C3%A9stica>
6. Jackeline Hurtado de Barrera, "La investigación proyectiva" Consulta Realizada el 17 de mayo de 2013. Disponible en la página Web <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacion-proyectiva.html>
7. Geertz, C. (2003). La interpretación de las culturas. Barcelona: Gedisa.
8. Klisberg, B. (1999). Capital social y cultural, claves del desarrollo. Revista CEPAL, n° 69.
9. Max Neef , M. (1998). El Desarrollo a Escala Humana. Conceptos, Aplicaciones y

- algunas reflexiones. Barcelona: Icaria Editorial.
10. MinCultura. (2009). Compendio de Políticas Culturales. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.
  11. Ministerio de Cultura de Colombia, C. A. (2003). Impacto Económico en la Industrias Culturales en Colombia. Bogotá.
  12. Thtosby, D. (1999). "El papel de la música en el comercio internacional y en el desarrollo económico". Madrid: UNESCO/ Fundación SM / Editorial Acento.
  13. Chaparro, Hugo. "La rockoteca del Divino Niño". En: *Del realismo mágico al realismo trágico*. Bogotá, Debate/Random House Mondadori, 2005
  14. Reina Rodríguez, Carlos. *Cuando el rock iza su bandera en Colombia. Aproximaciones a los imaginarios de juventud a través de 40 años de rock. 1ª parte*. Bogotá, s.e., 2004Entrevista a Pablo Miranda (teclista - director), Hugo Silva (Voz), Agrupación Los Elefantes. Realizada en Bogota, 04 de Mayo de 2013
  15. Entrevista a Alex Arce (voz), Agrupación La Severa Matacera. Realizada en Bogotá, 15 de Mayo de 2013.
  16. Entrevista a David Mujica (bajista), Joaquin Galeano (trombonista), Juan Sebastian Escovar (baterista), Agrupación Skampida. Realizada en Bogota, 02 de Mayo de 2013

## 13. ANEXOS

# ARBOL PROBLEMA



## ANEXO 2: Marco Jurídico

NORMA	DESCRIPCIÓN	APORTE AL PROYECTO
<p><b>Constitución Política de Colombia</b></p>	<p>Artículo 70: “El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.</p> <p>La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país.</p> <p>El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.</p> <p>Artículo 71: “la búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades”.</p> <p>Artículos 355: "Ninguna de las ramas u órganos del poder público podrá decretar auxilios o donaciones en favor de personas naturales o jurídicas de derecho privado [...] El gobierno, en los niveles nacional, departamental, y municipal podrá, con recursos de los respectivos presupuestos, celebrar contratos con entidades privadas sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad con el fin de impulsar programas y actividades de interés público acordes con el plan nacional y los planes seccionales de desarrollo".</p>	<p>La constitución nos dará el marco jurídico para la aplicación de proyectos de carácter cultural.</p>

<p>Ley General de Cultura (397 de 1997)</p>	<p><b>Artículo 1, numeral 3:</b> "El Estado impulsará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación Colombiana".</p> <p><b>Artículo 1, numeral 13:</b> "El Estado, al formular su política cultural, tendrá en cuenta tanto al creador, al gestor como al receptor de la cultura y garantizará el acceso de los colombianos a las manifestaciones, bienes y servicios culturales en igualdad de oportunidades, concediendo especial tratamiento a personas limitadas física, sensorial y síquicamente, de la tercera edad, la infancia y la juventud y los sectores sociales más necesitados".</p> <p><b>Artículo 26:</b> "El Ministerio de Cultura orientará y apoyará a las gobernaciones, las alcaldías municipales, y a los cabildos indígenas en la realización de convenios con instituciones culturales sin ánimo de lucro que fomenten el arte y la cultura, con el objeto de rescatar, defender y promover el talento nacional, democratizar el acceso de las personas a los bienes, servicios y manifestaciones de la cultura y el arte, con énfasis en el público infantil y juvenil, tercera edad y discapacitados físicos, psíquicos y sensoriales; así como consolidará las instituciones culturales y contribuirá a profundizar su relación interactuante con la comunidad".</p> <p><b>Artículo 57 Sistema de Cultura:</b> En el ámbito nacional la cultura se organiza a partir del Sistema Nacional de Cultura que consiste en un conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información articulados entre sí, que posibilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía, a la luz de la Constitución Política de 1991. El Sistema Nacional de Cultura está conformado por el Ministerio de Cultura, los consejos municipales y departamentales de cultura, los fondos mixtos de promoción de la cultura y las artes y, en general, por las entidades públicas y privadas que desarrollen, financien, fomenten o ejecuten actividades culturales. El Sistema Nacional de Cultura está coordinado por el Ministerio de</p>	<p>Desde 1997 el sector cultura de formaliza a través de esta ley, el fomento se formula como el fundamento de la política pública cultural, dando el contexto para el acceso a estímulos de carácter público. Por ello la política pública como fuente de financiación es importante para nuestro proyecto.</p>
---	--	--

	<p>Cultura, el cual fija las políticas generales y dicta normas técnicas y administrativas a las que deberán sujetarse las entidades de dicho sistema. En el ámbito distrital, la cultura se organiza en torno al Sistema Distrital de Cultura, cuyo coordinador es el Instituto Distrital de Cultura y Turismo. El Sistema Distrital de Cultura está compuesto por un conjunto de espacios, instancias, procesos y dimensiones que buscan interpretar e intervenir la cultura como un campo donde se articulan de manera variada actividades, profesiones, instituciones y agentes culturales.</p>	
<p><b><u>Decreto 777 de 1992</u></b></p>	<p>"Los contratos que en desarrollo de lo dispuesto en el segundo inciso del artículo 355 de la Constitución Política celebren la Nación, los Departamentos, Distritos y Municipios con entidades privadas sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad, con el propósito de impulsar programas y actividades de interés público, deberán constar por escrito y se sujetarán a los requisitos, formalidades que exige la ley para la contratación entre los particulares, salvo lo previsto en el presente decreto y sin perjuicio de que puedan incluirse las cláusulas exorbitantes previstas por el Decreto 222 de 1983".</p>	<p>La contratación será fundamental para el desarrollo de proyectos culturales, los lineamientos especiales que se manejan deben ser tenidos en cuenta por las agrupaciones, para la ejecución de los mismos.</p>
<p><b>Decreto 1403 de 1992</b></p>	<p>"Por el cual se modifican el segundo y tercer inciso del decreto, el numeral 3 del artículo 2, se adiciona el artículo 2, se modifica el artículo 4, 5 y 6 del decreto 777 de 1992". Se destaca la adición del artículo 2 así: "Los contratos que de acuerdo con la ley celebre la entidad pública con otras personas jurídicas, con el fin de que las mismas desarrollen un proyecto específico por cuenta de la entidad pública, de acuerdo con las precisas instrucciones que esta última imparta".</p>	
<p><b>Acuerdo No. 489 de 2012</b></p>	<p>"por el cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2012-2016 "Bogotá humana"</p>	

**ANEXO 3: Entrevista Semiestructurada**

ENTREVISTADOR	SKAMPIDA: DAVID MUJICA , JOAQUÍN GALEANO , JUAN SEBASTIÁN
<p>¿Cuándo nació Skampida?</p>	<p><b>SK DM:</b> Skampida nació en 1998, pues básicamente sin ninguna intención de hacer más que música divertida pero no como la intención de ser súper profesionales, sino todo se fue dando; pero nace en el colegio simplemente como por gusto propio personal y colectivo.</p>
<p>¿Inicialmente donde tocaban? Como arrancaron?</p>	<p><b>SK DM:</b> Tocábamos en los lugares donde nos dejaban ja, más o menos como lo que hacemos ahora que es detrás de internet buscando haciendo contactos, todos los días llamadas, pero pues antes era un poco más como juntarnos con bandas que tuvieran un poquito más de nombre y de trayectoria y así como empezar a abrirse espacios también en los bares. Había un bar en la 127... ahorita no me acuerdo como se llamaba, en Chapinero siempre ha habido muchos, y ese fue como el inicio de empezar a crear un grupo de seguidores, si se podría decir así.</p>
<p>¿Hay alguien en el grupo que este pendiente del tema de conseguir conciertos? O todos están pendientes de ese tema? ¿Cómo lo manejan?</p>	<p><b>SK DM:</b> Pues ya después de tanto tiempo de estar tocando creo que ahora estamos como intentando construir ya como mucho más una empresa, obviamente ya mucho más profesional, entonces si intentamos como que cada uno se encargue de ciertas tareas: Booking, conseguir conciertos Joaquín el trombonista y yo David el vocalista.</p>
<p>A nivel local ustedes han tocado en muchos conciertos invitados por el distrito: Rock al parque... en su época cuando existía el Rastazo...</p>	<p><b>SK JG :</b> Pues sí, obviamente estar como cercanos al distrito y a las cosas del sector publico donde hay arte es importante, igual seguimos apostándole a hacer</p>

ENTREVISTADOR	SKAMPIDA: DAVID MUJICA , JOAQUÍN GALEANO , JUAN SEBASTIÁN
<p>¿hoy en día como lo manejan? A hoy que sigue existiendo Rock al parque pero el Rastazo ya no existe, ¿son escenarios que les siguen interesando o ya están en otra onda?</p>	<p>convocatorias a pasar propuestas, a conocer a la gente que esta obviamente llegando en el sector porque las bandas no cambian pero las personas que hacen los conciertos si, entonces hay que estar como al tanto de esa movida de los dineros, sobretodo públicos, y del apoyo al sector cultural del distrito porque es la misión de una banda en este caso bogotana: estar atentos a participar y a seguir haciendo parte de la movida de la escena.</p> <p><b>SK DM:</b> Y de hecho creo que últimamente es que nos hemos más porque como tú dices nos habían invitado a Rock al Parque a los Rastazos o a otros eventos que maneja el distrito, pero como invitados justamente, ahora somos nosotros somos los que estamos después de mucho tiempo, como buscando esos espacios, porque también son para las bandas distritales y bogotanas.</p>
<p>¿Cuándo ustedes hacen gira fuera del país, como se financian?</p>	<p><b>SK DM:</b> Hasta hace un par de años lo hacíamos todo autofinanciado, lo hacíamos con plata que ahorrábamos de los conciertos, de eventos, y pues muy juiciosos ahorrando el dinero como para cada bien que tenemos que hacer: el arriendo de una casa por algún tiempo, o la compra o renta de algún carro para movilizarnos en otros países, la comida... todo lo intentamos hacer como bien estructurado para que nos podamos mantener y también que quede algo de dinero después del tour.</p>
<p>¿Bueno, y hoy en día ustedes como ven la escena de reggae y ska en Bogotá?</p>	<p><b>SK JS:</b> Bueno, la escena de la música actual rockera bogotana pues ha cambiado, antes era como mas rasta y más ska, hoy en día es como más indie, mas alternativo, pero como con la onda retro, ha bajado bastante. Obviamente las bandas que continúan son como las que se quieren mucho y como que siguen</p>

ENTREVISTADOR	SKAMPIDA: DAVID MUJICA , JOAQUÍN GALEANO , JUAN SEBASTIÁN
<p>¿Y acá en Colombia se han dado esos espacios?</p>	<p>luchando por el sueño, siguen pensando que acá se puede hacer como una industria y como trabajar en lo que realmente a uno le gusta: que es la música, la música que uno hace pues porque le gusta, sino pues se pone hacer vallenato o reggaetón, cosas que den más plata.</p> <p><b>Sk DM:</b> Yo he visto últimamente bandas de reggae que realmente no estado muy al tanto de ellas, pero hay festivales de reggae grandes, de bandas nuevas.</p> <p><b>Sk JS:</b> ah bueno si, se están organizando más cosas privadas, más que estatales, privadas; como cosas más grandes tipo como Europa o Estados Unidos, como cosas donde hay muchos patrocinadores para que la estructura sea como mucho mejor, pero toca como con la empresa privada, o uno mismo si tiene como los recursos, aunque bandas como nosotros que se mueven como en un círculo más auto gestionado y más independiente, es más jodido, es más difícil.</p> <p><b>Sk JS:</b> Con los lugares privados y eso? Si algunos pero también hay algunas restricciones por cosas que pasaron en el pasado como por nombre o como por ciertas escenas, entonces a uno lo etiquetaron como esta es la banda de finales de los 90's que solo hacían ska e iban puros skindheads, rudeboys y cosas así, entonces hoy en día, 10 o 12 años después, esa gente que está haciendo cosas privadas que son grandes, no creen en uno porque vieron alguna vez un artículo en un periódico de un desorden o una nota en televisión, entonces uno queda como etiquetado, como no traigamos a estos chinos porque me traen acá el desorden y me van a destrozar el bar, eso es jarto y, por más de que no solo como la pinta o la escena como tal bogotana haya cambiado, sino la misma música y el</p>

ENTREVISTADOR	SKAMPIDA: DAVID MUJICA , JOAQUÍN GALEANO , JUAN SEBASTIÁN
<p>¿Es decir que estatalmente harían falta esos espacios que existían antes?</p> <p>¿Algo más que quieran agregar en cuanto al tema de participación? ¿Todas las bandas participan de igual manera en el tema de recursos estatales o son pocas?</p>	<p>discurso que uno diga ha cambiado, no lo ven. Es difícil porque siempre hay muchas capas, hay muchos filtros como para que uno también pueda acceder a eso, y es triste que uno a veces lleve 15 años haciendo música, y bandas que lleven menos de 1 año, ya estén en unos stage muy grandes simplemente porque son las bandas que están de moda; les falta un poco como de respeto con la tradición y la trayectoria que han tenido las bandas que seguimos, porque hay muchas que empezaron y fueron fuertes en los 90's y no siguieron, pero muchas de esas, continúan, continuamos: La Severa, Alerta, nosotros, es difícil, se logra pero es difícil.</p> <p><b>SK JS:</b> Si yo a veces he pensado que como que es mejor no hacer un Rock al Parque tan grandotote, sino hacer como varios Rock al Parque chiquitos, o dos Rock al Parque, uno en cada semestre, si me entiendes? Y que haya más inclusión de muchas cosas, me parecería chévere como que en Rock al Parque hubiera un stage de danza o de muestras de los pelados que no tienen recursos: teatro, o la misma pintura, no sé. Que a veces eso si lo hace Hip Hop al Parque, que los chinos grafitean y eso. En cuanto al Rock deberíamos quitarnos esas etiquetas y esas caretas, porque es que a veces el público bogotano y colombiano es según lo que esté, soy eso, y ando con esa gente y ese parche, como cortar un poco eso.</p> <p><b>SK DM:</b> pues lo que pasa es que creo que hace falta un poco más como de información para las bandas, porque muchas no saben muy bien cómo hacer la gestión. Nosotros hemos aprendido poco a poco, también nos ha costado mucho</p>

ENTREVISTADOR	SKAMPIDA: DAVID MUJICA , JOAQUÍN GALEANO , JUAN SEBASTIÁN
<p>¿Y ustedes han ganado alguna convocatoria de las que se han presentado?</p>	<p>trabajo aprender realmente como es que se genera la entrega de unos buenos papeles, la entrega de una buena hoja de vida, y que te tomen en cuenta. Entonces creo que hace falta un poco como que las bandas se enteren de eso y que el mismo distrito y los recursos gubernamentales también lo hagan más amplio.</p>
<p>¿Y eso realmente le funciona a la banda? ¿Esos recursos funcionan?</p>	<p><b>SK JG</b> : si, una reciente, con el Ministerio de Cultura de una beca de circulación internacional del programa de estímulos de 2012, y pues de alguna u otra manera las convocatorias públicas de Rock al Parque y de la Gilberto Álzate, también las hemos ganado.</p>
<p>Es decir que los espacios de financiación pública están abiertos y se pueden acceder?</p>	<p><b>SK JG</b> : Si claro.  <b>SK DM</b>: Pues de hecho, ahorita estamos generando la gira 2013 gracias a esos recursos que nos han podido dar, que nos hemos ganado, muy bien ganados también. Vamos a ir a México el 25 de mayo como parte de Rock al Parque gira por Latinoamérica. Y el ministerio de cultura nos premió con dinero para financiarnos la gira a Europa.</p>
<p>¿Sería bueno tener alguna especie de asesoría para hacer ese tipo de proyectos para acceder a los estímulos?</p>	<p><b>SK DM</b>: Si están mejorando bastante, y si se puede acceder. Pues pienso que sí, hay que trabajar un poco más todos: por parte del gobierno, por parte de las bandas, y parte también de la industria musical en general.  <b>SK DM</b>: Si, eso también deberíamos como intentar mejorar; sí se hacen algunos encuentros como musicales y artísticos donde tú puedes ir y escuchar charlas,</p>

ENTREVISTADOR	SKAMPIDA: DAVID MUJICA , JOAQUÍN GALEANO , JUAN SEBASTIÁN
	generar discusión, como controversia de lo que te gusta o no te gusta; eso también está pasando últimamente, hay muchas ruedas de negocios nacionales e internacionales donde viene gente de afuera y lo invitan a uno, pero uno también debe estar detrás de que lo inviten...no es tan fácil.

#### ANEXO 4: Encuesta

Nombre de agrupación:	Jahia Uncan	The Klaxon	PURE FYAH	Natural Selection	CONEXION NATURAL	DJ BELTSAZAR	la real academia del sonido	skank kings	tekthon reggae music	Tekthon Reggae Music	Los Elefantes	LA SEV ERA MATA CERA	DAFNE MARAHUNTHA	skampida
Año de fundación:	2012	2000	2005	2007	2010	2003	2011	2012	2010	2012	1995	1996	2001	1998
Cantidad de integrantes al momento de la formación	1	7	2	4	6	1	10	2	2	4	4	5	5	9 o mas
Cantidad de integrantes actuales:	1	7	5	7	6	1	8	2	6	6	10	4	8	5
Producciones discográficas	(01) Tiempos de Revelación (Album 2012) Link de descarga: <a href="http://www.mediafire.com/?7k2jzssw6619gkw">http://www.mediafire.com/?7k2jzssw6619gkw</a>	ampatoleo demo(2003) obras publicas(2006) del mar y el desierto (2011)	CLEAN SOUND (EP) CANDELAZOS BAILABLES VOL. 1 HOTTIE PARTY PLATE CD	World Wide 2010 Music Lab Sessions Vison 2013	ximo lanzamiento	*da big connection box mix	3 canciones des	Skank kings-burning fyah - demo promocional	enemos 12 tema	Gracias Oh mujer! Que será Solo veía Hoy Ya sin mi!	3: Las Perolas de Motas (2000) Chic Taiwan (2002) La Chica de las Tetas Café (2006)	Inmunidad (demo) 1999 Cuando la gente se pare, CD, 2003 Energía Positiva E.P., 2005 V.I.S.A, CD, 2009 Paranoia, E.P., 2011 Light it up, sencillo próximo a salir en junio de 2013	EL PASAJERO DE ATRAS 2004 DAFNE 2009	LP StereoBlaster 2004 Inflamable 2011 E.P IrunBulgaria 2007 No te quedes Afuera 2001 Inflamable 2009
¿Ha participado en compilados de ska reggae con grupos de otros países?	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI

Nombre de agrupación:	Jahia Uncan	The Klaxon	PURE FYAH	Natural Selection	CONEXION NATURAL	DJ BELTSAZAR	la real academia del sonido	skank kings	tekthon reggae music	Tekthon Reggae Music	Los Elefantes	LA SEV ERA MATAcera	DAFNE MARAHUNTHA	skampida
Si su respuesta anterior fue SI cuéntenos en cuáles	(01) Spanish Town Mix 2013 - By Dj Stepwise <a href="https://soundcloud.com/stepwisedj/spanish-town-mixtape-2013">https://soundcloud.com/stepwisedj/spanish-town-mixtape-2013</a>  (02) La llave Riddim Producido por Mr T Records (México) <a href="http://www.youtube.com/watch?v=vWouP4zYmjU">http://www.youtube.com/watch?v=vWouP4zYmjU</a>  (03) Costamex Riddim - Producido por Veretta Records (México) &	ce la grita(2004) sony Mexico		FireBall Crew 2012 Hello Carol riddim version Sugar Roy & Conrad Cristal, Lutan Fyah, Lukie D, Trilla U, Zareb (Jamiaca) Different Level 2007 Prince Ranny		no de remix´s -es	mexico nuevas musicas del mundo 2011 the oxcars barcelona espa;a 2011 uruguay mucia por el cambio 2012 chile estudiantes unidos por una educacion de calidad 2012				Resto Pollo Rico Global Ska 2	Sabor Discos, Francia 2 Kulturas, Pepe Lobo Records, México Latin Skanking, Pepe Lobo Records, México Sailaway Collective, USA	REBEL SOUND 2009 FULL SKARABALA ENTRE 2 TIERRAS	Ska Box 2004 Mehanta Comp N.Y 2010 Übersee Records 2012 Victoria Ska Fest 2010 Rock al Parque 15 años 2009
Ha participado en conciertos fuera de Colombia	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI
Si su respuesta anterior fue SI cuéntenos en qué países	México The Roaring Lion Tour - Marzo 2013	Ecuador,Peru,Chile,Argentina, Mexico y canada	PERU ECUADOR CHILE		Venezuela	gira por chile- da big connection mix tour- 2011 gira por mexico- da big connection mix tour II- 2013						Estados Unidos Canada Ecuador México Alemania Francia		Estaods Unidos Mexico Canada Venezuela

Nombre de agrupación:	Jahia Uncan	The Klaxon	PURE FYAH	Natural Selection	CONEXION NATURAL	DJ BELTSAZAR	la real academia del sonido	skank kings	tekthon reggae music	Tekthon Reggae Music	Los Elefantes	LA SEV ERA MATAcera	DAFNE MARAHUNTHA	skampida
¿En dónde ensaya?	ABYA YALA RECORDS. Estudio de grabación a cargo de Jahia Uncan.	salsa de ensayos	ESTUDIO PROPIO	Sampling Studios, Alterna, 4/4, Jamz Session, Abril studios, Raag Music, entre otros...	En una sala de ensayos la calle 50 con caracas (No conozco el nombre), a veces en Jam session y en loop live.	en casa	Loop Live	en la esmeralda	En casa	Innovazion studios	En la casa del director.	4 Cuartos Sala de Ensayos	BOGOTA LOOP LIVE	Abril Records New Sound
¿En cuántos conciertos participa al año?	25 o más	de 20 a 25	25 o más	de 20 a 25	de 5 a 9	de 15 a 20	25 o más	de 5 a 9	Menos de 5	Menos de 5	Menos de 5	25 o más	25 o más	25 o más
¿El grupo se ha presentado a las convocatorias del distrito?	NO	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI
Si su respuesta anterior fue SI cuéntenos en cuales ha participado		Rock al parque		Rock Al Parque Fundacion Gilberto Alzate Avendano Festival Altavoz	Hasta el momento en ninguna.		Festivales al parque apoyos concertados gira internacional	Rock al parque			Rock al Parque Fundación Gilberto Alzate Avendaño Jazz al Parque	Rock al Parque Circulación Internacional Agrupaciones musicales destacadas Ciclos de Conciertos Gilberto Alzate Avendaño		Rock al Parque Agrupaciones Musicales Destacas Giras Internacionales Gira Rock al Parque Latinomeric a
Ha ganado alguna convocatoria Distrital	NO	SI	NO	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI
Si su respuesta es SI, cuéntenos cual ha ganado?		rock al parque 2001,2002,2009 rastazo 2008		Rock Al Parque Fundacion Gilberto Alzate Avendano Festival Altavoz			prseleccion rock al parque 2013				Rock al Parque Fundación Gilberto Alzate Avendaño	Rock al parque Ciclos de conciertos Gilberto Alzate Avendaño	ROCK AL PARQUE	Rock al Parque 2001, 2002, 2009 Gira Internacional Rock al Parque 2013

ANEXO 5: DOFA

DOFA					
ANALISIS INTERNO			ANALISIS EXTERNO		
FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES	FACTOR	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Recurso humano	Especialización en Gerencia y gestión cultural	Tiempo para elaboración de tareas	Político	Interés de actores públicos internacionales en apoyar el mercado local	Corrupción de las instancias políticas y participativas del sector
	Profesionales de diferentes áreas			Política Publica de estímulos al sector	
	Buen ambiente laboral	Bajo conocimiento en temas jurídicos relacionados con el sector musical		Económico	
Mercadeo y comunicaciones	Existe nombre	No existen recursos para un plan de medios	Social	Mayor aceptación de sonidos musicales alternativos en diferentes escenarios	no conciencia de compras legales y apoyo a la industria musical
	Hay conocimiento inicial del mercado y sus necesidades básicas	No hay conocimiento de la marca		Cercanía con el grupo objetivo a través de redes sociales	
Clientes	Base de datos inicial de agrupaciones reggae y ska en Bogotá	No hay conocimiento del portafolio de productos	Tecnológico	Bogotá capital mundial de la música	
	Cercanía con agrupaciones		Ambiental	No hay empresas formales	

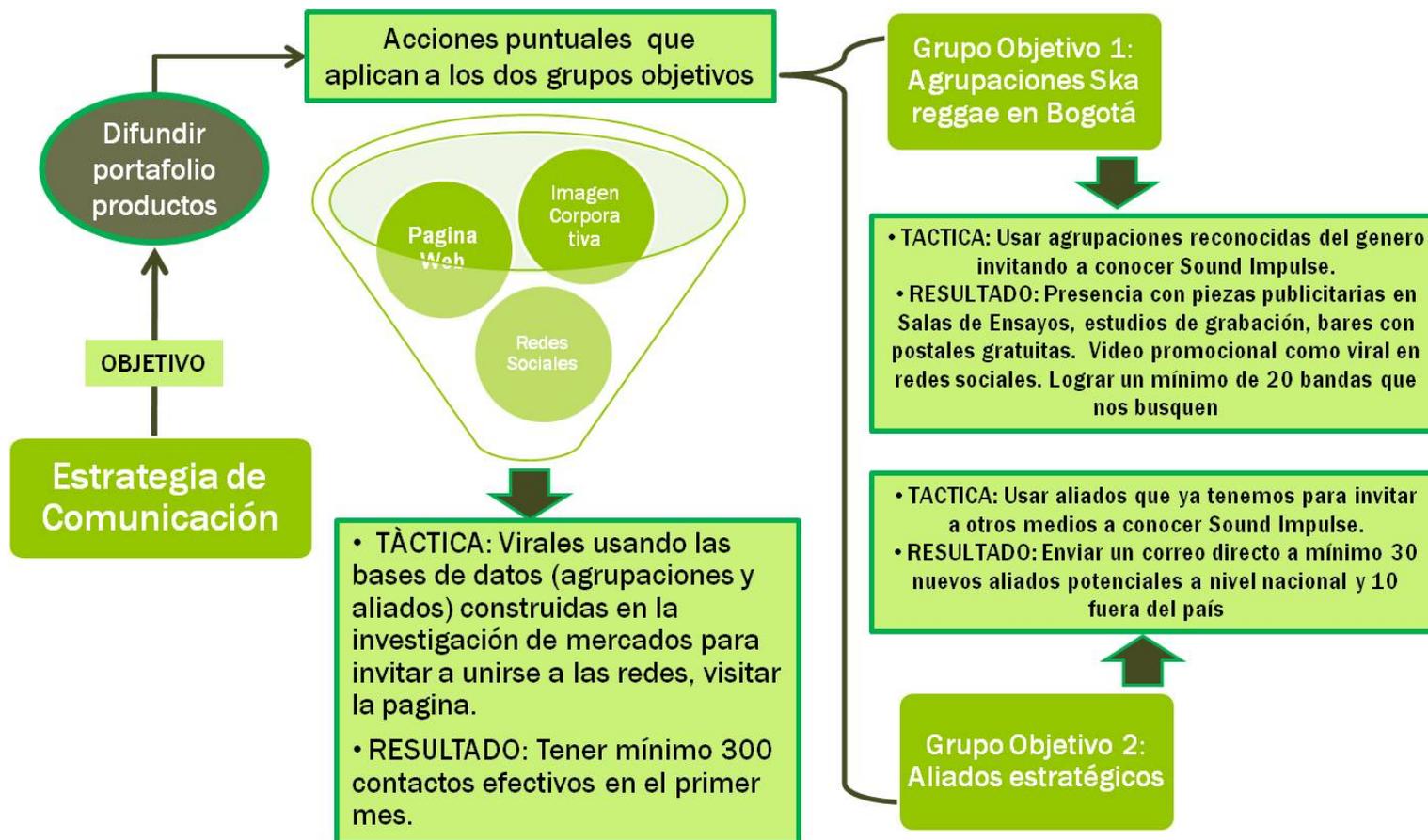
## DOFA

ANALISIS INTERNO			ANALISIS EXTERNO		
FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES	FACTOR	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	del género en Bogotá			ofreciendo asesorías para generación de proyectos para acceder a estímulos públicos	
Alianzas	Base de datos inicial de aliados	Desconocimiento de nuestro portafolio de servicios	Mercado	Agrupaciones reconocidas en el mercado que tienen confianza en el equipo	Desconocimiento del potencial al apoyo del sector musical por parte de patrocinadores potenciales (empresa privada)
	Acercamientos con actores del sector musical		Clientes actuales	Poca competencia directa	
Financiación y administración	Administradora en el grupo de trabajo	Constitución Legal	Competencia	Poca competencia directa	Industria egoísta con los aliados
		Falta de recursos			

**ANEXO 6 Oferta de Productos.**

<b>PRODUCTO BASICO</b>	<b>SEGMENTO AL CUAL VA DIRIGIDO</b>	<b>BENEFICIO ESENCIAL</b>	<b>PRODUCTO/SERVICIOS AUMENTADO</b>
1. Asesorías en necesidades puntuales de las agrupaciones en cuanto a presentación de proyectos y convocatorias distritales y estatales.	Agrupaciones de reggae y ska radicados y que se mueven en Bogotá	Generar proyectos para acceder a convocatorias de estímulos públicos	Acceso a financiación y circulación nacional e internacional a través de lo público
2. Booking a nivel nacional e internacional de artistas y aliados estratégicos (salas de ensayo, estudios de grabación, productores, medios de comunicación y escenarios para presentaciones en vivo)	Agrupaciones de reggae y ska radicados y que se mueven en Bogotá, nacionales e internacionales.	Acceder a festivales, conciertos públicos y privados. Acceder a empresas del sector musical con beneficios especiales.	Intercambios culturales a nivel local, nacional e internacional.
3. Promoción y manejo de agrupaciones a través de estrategias de comunicación y circulación 360 grados.	Agrupaciones de reggae y ska radicados y que se mueven en Bogotá	Identificar puntos críticos y oportunidades a nivel de circulación, financiación y participación.	Posicionamiento local e internacional de la banda

## ANEXO 7 Esquema Estrategia de comunicación





## ANEXO 9: Flujo de caja Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS SOUND IMPULSE						FLUJO DE CAJA INGRESOS SOUND IMPULSE. PROYECCIÓN AÑO 1													
N°	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad	Valor	VALOR ANUAL	Presupuesto de Ingresos. Sound Impulse													
						Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
1	<b>Ingresos Fijos</b>																		
	Mensualidades por Promoción y manejo de agrupaciones (Asesorías, estrategia 360°)																		
1.1	Agrupaciones regulares	2	Agrupación	\$ 400,000	\$ 9,600,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000
1.1.2	Asesorías	8	Asesoría	\$ 180,000	\$ 17,280,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000	\$ 1,440,000
1.1.3	Patrocinios	6	Patrocinio	\$ 12,000,000	\$ 72,000,000	\$ -	\$ -	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ -	\$ 2,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	<b>Total Ingresos Fijos</b>				\$ 38,880,000	\$ 2,240,000	\$ 2,240,000	\$ 4,240,000	\$ 4,240,000	\$ 4,240,000	\$ 4,240,000	\$ 4,240,000	\$ 2,240,000	\$ 4,240,000	\$ 2,240,000	\$ 2,240,000	\$ 2,240,000	\$ 2,240,000	\$ 2,240,000
2	<b>Ingresos Variables</b>																		
2.1	<b>Comisiones</b>																		
2.1.2	5% por proyecto aprox (1 proyecto por mes)	1	Proyecto	\$ 750,000	\$ 9,000,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000
2.1.3	Comisión por booking (ruedas de negocio). (8 fechas por mes)	8	funciones, ensayos, etc	\$ 100,000	\$ 28,800,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000
	<b>Total Ingresos Variables</b>				\$ 37,800,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000	\$ 3,150,000
	<b>TOTAL INGRESOS</b>				\$ 76,680,000	\$ 5,390,000	\$ 5,390,000	\$ 7,390,000	\$ 7,390,000	\$ 7,390,000	\$ 7,390,000	\$ 7,390,000	\$ 5,390,000	\$ 7,390,000	\$ 5,390,000	\$ 5,390,000	\$ 5,390,000	\$ 5,390,000	\$ 5,390,000